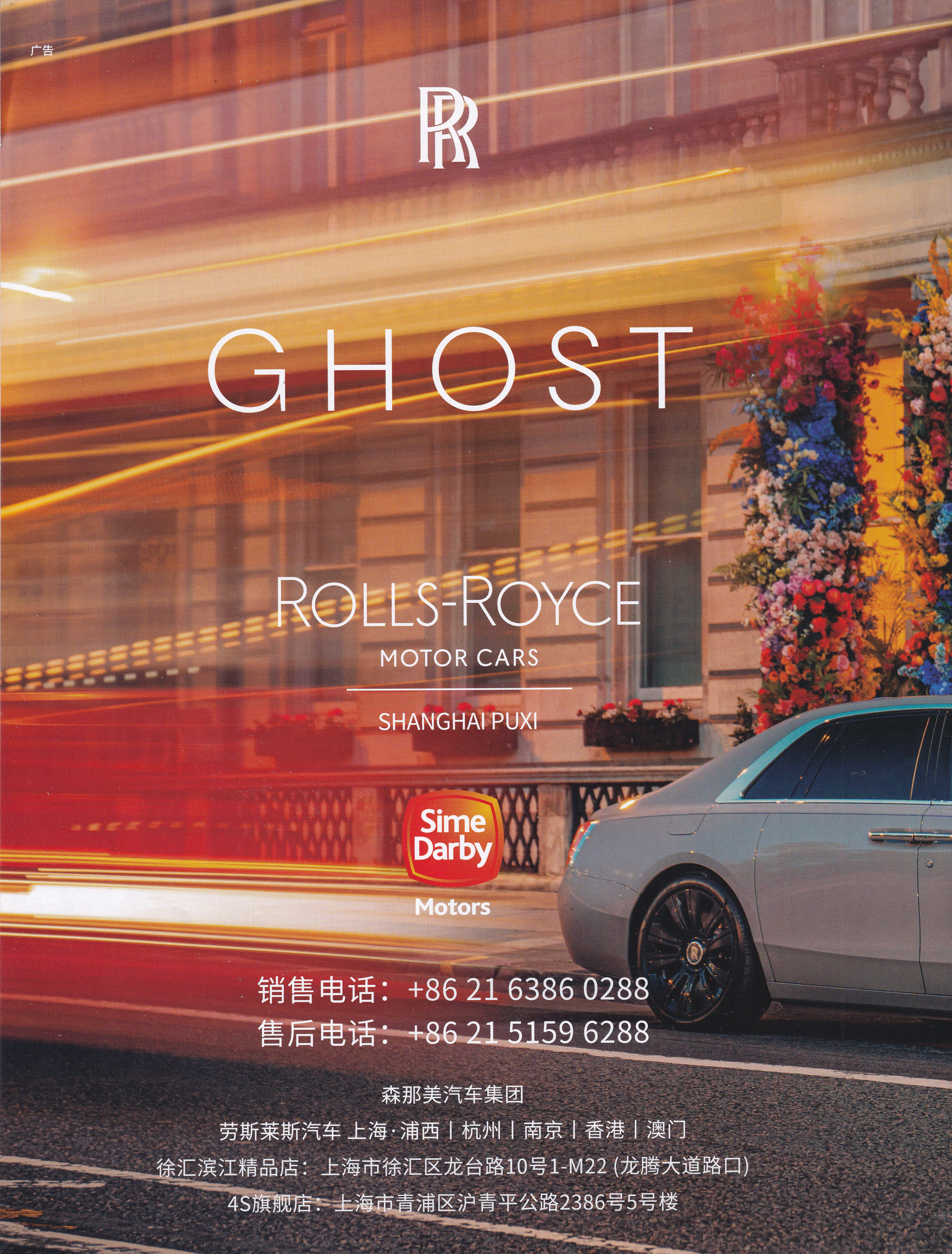


2023.3.27
2023年第13期，总第1231期
www.lifeweek.com.cn

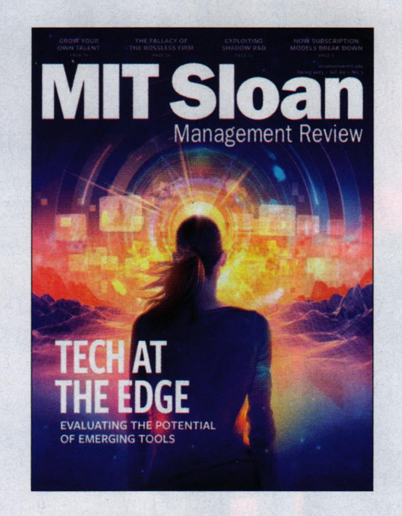
再来一杯好咖啡

贵阳 江门 哈尔滨

9 771005 360239 13>
生活周刊
生活·讀書·新知 三联书店编辑出版
国内统一刊号：ISSN1005-3603
CN11-3221/C
邮发代号：82-20 定价：¥15元


广告
GHOST
ROLLS-ROYCE
MOTOR CARS
SHANGHAI PUXI
Sime Darby
Motors
销售电话：+86 21 6386 0288
售后电话：+86 21 5159 6288
森那美汽车集团
劳斯莱斯汽车 上海·浦西 | 杭州 | 南京 | 香港 | 澳门
徐汇滨江精品店：上海市徐汇区龙台路10号1-M22 (龙腾大道路口)
4S旗舰店：上海市青浦区沪青平公路2386号5号楼





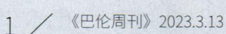
《麻省理工斯隆管理评论》2023.3

如何评估新兴技术

要确定人工智能是否值得利用，需要查看既往的性能报告，并找到人工智能训练和验证的基本事实。在人工智能中，基本事实是指训练人工智能的数据，这些数据决定了算法做出决策和判断的准确度，也决定了人工智能对人类社会的价值。科学家认为，确定和评估由数据组成的基本事实的客观性和全面性，是判断人工智能效用与价值的关键步骤，如果忽视基本事实数据，可能会产生严重而持久的后果。







1 《巴伦周刊》2023.3.13

铂金需求上升

在柴油汽车尾气催化净化器中，钯逐渐被更为便宜的铂取代；对电动汽车来说，铂也是电池发电催化剂中必不可少的金属材料。世界铂金投资委员会称，今年汽车对铂的需求将增长10%，全球铂金市场将出现55.6万盎司的缺口。与此同时，汽车、珠宝、工业和投资行业的全球总需求预计将比2022年增长24%。专家估计，铂金价格会持续走高，因为“美国经济和就业市场的弹性，以及中国经济活力的增加”。

2 《新闻周刊》2023.3.17

个性化饮食指导

科学研究发现，影响食物吸收与代谢最关键的因素是人体肠道中的数万亿个微生物群落，又被称为微生物组。这意味着，人们可以通过培养健康的肠道细菌，来优化饮食健康。最近，研究人员利用人工智能收集和分析人体血液、尿液、头发和粪便样本，准确预测人体对食物的反应，比如预测特定食物对特定个人的健康和疾病会产生何种影响，给出个性化的饮食建议。

3 《新科学家》2023.3.11

线粒体“拯救”大脑

研究表明，人们能通过恢复或替换线粒体来逆转大脑的衰老和损害。线粒体存在于每一个脑细胞中，它能分解葡萄糖以释放能量，同时线粒体也是思想和感觉的引擎。这意味着，线粒体故障是许多大脑疾病的基础，包括阿尔茨海默病、帕金森病等。现在，一些研究人员正在探索将健康的线粒体移植到受损、衰老的大脑中，使其重新充满活力的可能性。

4 《纽约客》2023.3.13

SUV：世界第六大碳排放国

去年，全球的SUV总共释放了近10亿吨二氧化碳，相当于仅次于日本的世界第六大碳排放国。国际能源管理局指出，在行驶相同里程数的情况下，SUV比中型车的平均油耗高出20%，平均每行驶一英里，SUV也会多释放20%的碳。与此同时，SUV的销量在全球范围内持续增长。去年，电动SUV的销量首次超过了其他电动汽车的销量。但在实现零碳电力之前，电动汽车越重，产生的排放量就越多。



28 封面故事

贵阳 江门 哈尔滨

再来一杯好咖啡



封面故事

封面摄影：蔡小川

2023年第13期，总第1231期，2023年3月27日出版。



www.lifeweek.com.cn

主管 / 主办 Published by

主管：中国出版传媒股份有限公司　主办：生活·读书·新知三联书店有限公司　出版：三联生活传媒有限公司

业务拓展 Business Development
王东东 Wang Dongdong　刘琳瑶 Liu Linyao
刘畅 Liu Chang
线上发行业务 Online distribution business
王霄 Wang Xiao　李振宇 Li Zhenyu
王荻 Wang di　陆佳杰 Lu Jiajie
姚贺梅 Yao Hemei
线下发行业务 Offline distribution business
杨雪梅 Yang Xuemei　嵇晓萌 Ji Xiaomeng
李涛涛 Li Taotao

社址：北京市朝阳区霞光里 9 号 B 座
邮编：100125
商务推广合作电话：(010) 84681038
联系人：连华伟
E-mail：lianhuawei@lifeweek.com.cn
中读 + 人文城市合作电话：(010) 84681395
联系人：蔡华
E-mail：caihua@lifeweek.com.cn
图书出版合作电话：(010) 84681019
联系人：赵翠
E-mail：xingdu@lifeweek.com.cn
采编中心热线电话：
(010) 84681030 84681029（传真）
E-mail：letter@lifeweek.com.cn
读者服务热线电话：
(010) 84050425/51
E-mail：dzfw@lifeweek.com.cn

印刷：北京利丰雅高长城印刷有限公司
电话：(010) 59011318
物流总代理：北京双禾物流有限公司
电话：(010) 61256299
广告许可证号：京东工商广字第 0063 号
期刊登记证号：ISSN 1005-3603 CN11-3221/C
邮发代号：82-20
定价 Price：￥15.00 $8.00 港币 20.00
本刊为中国国际航空股份有限公司、
中国南方航空公司、法国航空公司、
美国联合航空公司机上阅读刊物

如何购买
《三联生活周刊》

读者朋友，购买本刊请登录官网商城
shop.lifeweek.com.cn
或到当地邮局办理，本刊代号 :82-20

也可直接向本刊读者服务部咨询
电话 :010-84050425 84050451

另外，本刊在下列城市经销商的联系电话：

城市	经销商
上　海	上海鸿锦文化传播有限公司 18017668286
成　都	四川尚和文化发展有限公司 (028) 86667805
重　庆	重庆弘景文化传媒有限公司 (023) 86359776
南　京	南京星与火文化有限公司 (025) 83327129
杭　州	杭州华鸿图书有限公司 (0571) 88256120
广　州	南方都市报广州发行部 (020) 87376490
武　汉	武汉春秋书店 (027) 85493562
西　安	陕西五环文化传播有限公司 (029) 87427853
昆　明	昆明尚云图书报刊有限公司 (0871) 64122816
沈　阳	新中山文化传媒有限公司 (024) 23883566
哈尔滨	黑龙江视博图书经销有限公司 (0451) 88382909
青　岛	盛世飞龙图书有限公司 (0532) 83840608
济　南	山东前沿文化传媒有限公司 (0531) 82055155
长　春	吉林九歌图书有限公司 (0431) 82752206
大　连	大连渤海书店 (0411) 84609410
南　昌	江西省邮政报刊零售有限公司 (0791) 88820509
太　原	山西森艺文化传媒有限公司 (0351) 7065397
贵　阳	贵阳尚和图书报刊有限公司 (0851) 5661974
兰　州	兰州大漠天马图书有限公司 (0931) 8521090
郑　州	河南大河书局有限公司 (0371) 67647337
天　津	天津市文馨图书销售有限公司 (022) 87080096
河　北	兵行天下图书发行有限公司 (0311) 83035788
新　疆	乌鲁木齐大漠骏马文化传媒有限公司 13999859711
内蒙古	呼和浩特融联书店 (0471) 6263358
深　圳	深圳市新宏博文化传播有限公司 (0755) 82055352
长　沙	湖南国闻书局书报刊配送有限公司 (0731) 82253036

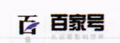
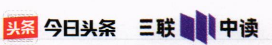
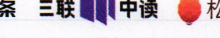

扫描二维码直接
下载中读客户端


新浪微博 @ 三联生活
周刊或扫描二维码


微信搜索 Lifeweek
或扫描二维码


扫描二维码下载
松果 APP

手机报订阅：移动用户发送短信 SLZK 到 10658000，包月 8 元，周一至周六每日一期。

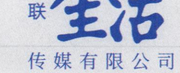
网络支持    

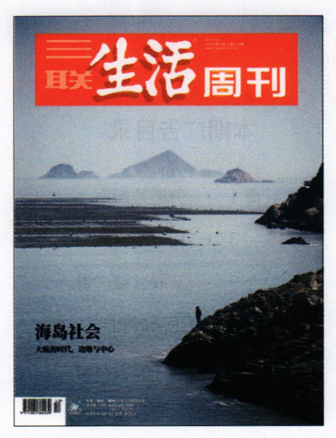
新浪网官方微博：http://weibo.com/lifeweek　　腾讯网官方 QQ:800033183

本期广告目录

三联生活传媒有限公司
《三联生活周刊》
全媒体广告与商务运营

地址：北京市朝阳区霞光里9号
中电发展大厦B座
邮编：100125
电话：+86 10 84681038
传真：+86 10 84681396
电邮：jingying@lifeweek.com.cn
网址：www.lifeweek.com.cn





2023 年第 12 期，总第 1230 期

海岛社会

三联的地理中国系列又开启了新篇章。海岛，在内陆人眼中是未曾到达过的边缘之地，却是大航海时代连接中国与海外贸易的重要角色。如果回到几百年前，将视角转换到东南沿海的海岛和古港，对中国社会的认识将截然不同吧。回到时间与地理空间之中，走进并理解这一段历史，别有一番趣味。（@ 浮生）

关注《三联生活周刊》公众微信平台（lifeweek），回复您对封面故事的评论，精彩留言将刊登在下一期杂志中。

变化无常的养鸡场

周末回老家参加舅妈的六十大寿，家里的亲戚基本都到场了，酒席上作为村支书的姨夫借着敬酒的契机，笑容满面、语气谦卑地请求舅舅把养鸡场重新开起来，此话一出，大家一片沉默，幸好表哥岔开了话题，毕竟一年前是姨夫带着命令和请求让舅舅把养鸡场关停的。

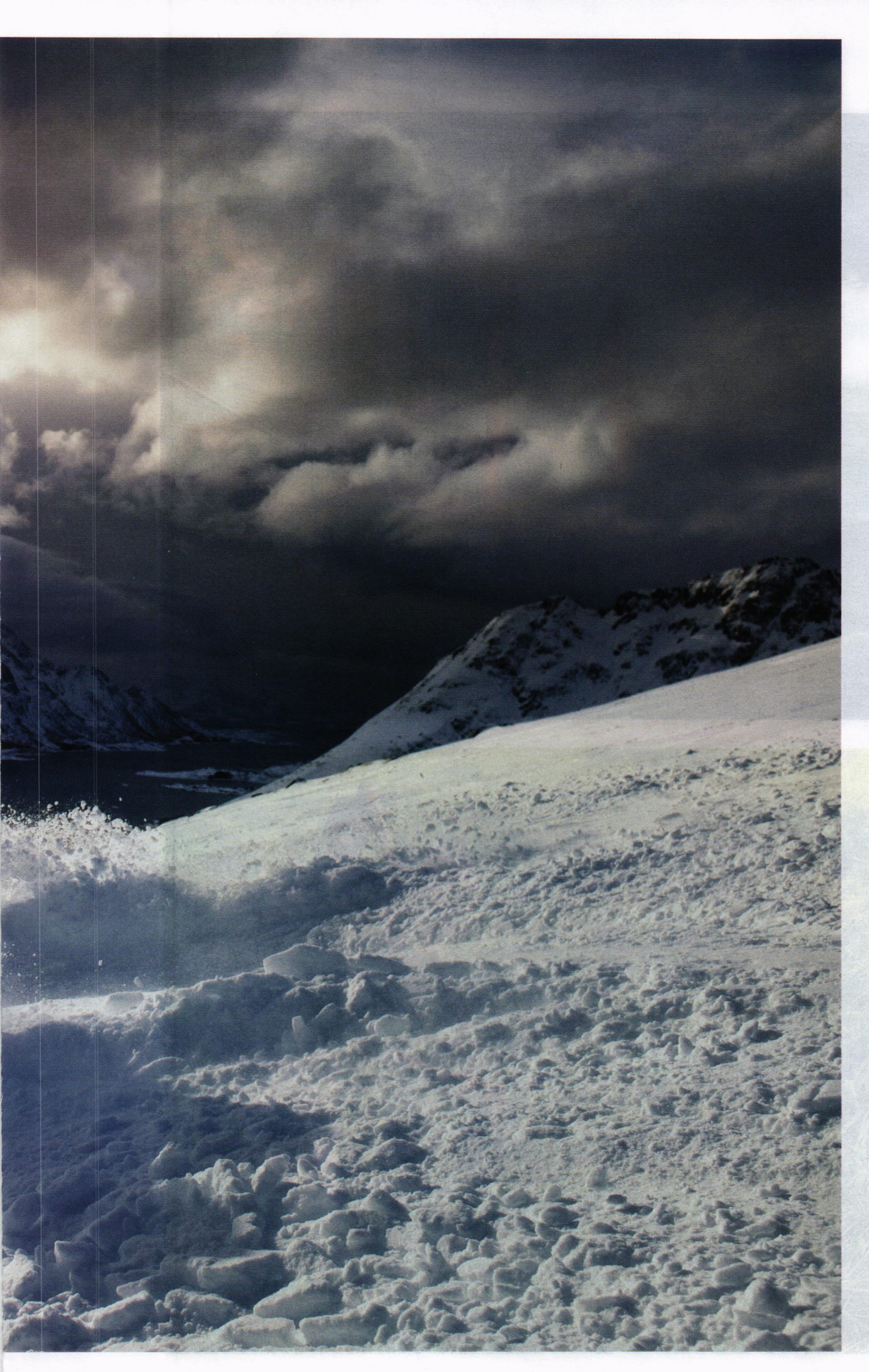
舅舅的养鸡场已经有十几年了，从一开始的一间养鸡室到后来有六间房的养鸡场，都以蛋鸡为主。这么多年养殖下来，经历过禽流感的暴损，也有过蒸蒸日上的好日子，靠着这个养鸡场，舅舅很早就给表哥在镇上以全款买了一套房。最近几年，虽没有大赚多少钱，但收益也好过种地。然而一年前，身为村支书的姨夫天天到舅舅家，软磨硬泡，让舅舅关了养鸡场，说很多人投诉鸡场污染环境，希望舅舅支持他的工作，把鸡场关了。历经一个月的沟通，最终舅舅妥协了，把那批鸡低价处理后，卖掉设备就关闭了养鸡场。养鸡场关了之后，大部分时间是闲置的，偶尔会被周围的厂子借着做一段时间库房，存放货物。十几年的心血付诸东流，在舅舅心里确实是个痛，他之所以同意关闭，主要有三点：一是支持姨夫的工作；二是那阵子他刚做完心脏搭桥手术，医生说以后要少干点体力活；三是养鸡场确实存在污染。

养鸡场的污染主要是鸡粪的排放和臭味，早些年只有一间鸡室的时候，村子里很多人还种地，是不存在污染这个问题的。那时鸡粪是香饽饽，邻居们都带着自己的瓜果蔬菜上门预约。最鼎盛的时候，隔壁村的种植大户都开着拖拉机来拉鸡粪，按车来算钱。后来随着养鸡场的规模越来越大，鸡粪的产量也随之增大，那段时间光卖鸡粪舅舅就赚了不少钱。但这几年，好多之前种地的村民都不种地了，田地都租出去了或者被村里征用了，加上化肥盛行，鸡粪送都送不出去了，只能被排放在鸡场附近的田沟里，长此以往，臭飘百里，成了附近村民的厌恶对象。舅舅也考虑过解决，但后来打听到要投入几十万买设备就放弃了，关闭鸡场那阵子，他虽心有不甘，但后来想通了，觉得也是一种解脱。

如今，姨夫突然在酒席上请求舅舅把养鸡场重新开起来，是因为今年开始村里大搞振兴发展，倘若舅舅的养鸡场重新开起来也算一个项目成果，但这个提议被舅舅果断拒绝了。年纪大了，太累了，关停了一年，之前的那些鸡苗、饲料等供应资源，以及鸡蛋的销售渠道都断了，丢了的生意再捡起来，哪有那么容易。舅舅现在除了和舅妈一起帮表哥在镇上接送孙子上下学，偶尔还会去附近的厂里兼职做保安，这样的生活他已经适应了。（读者 王露露）

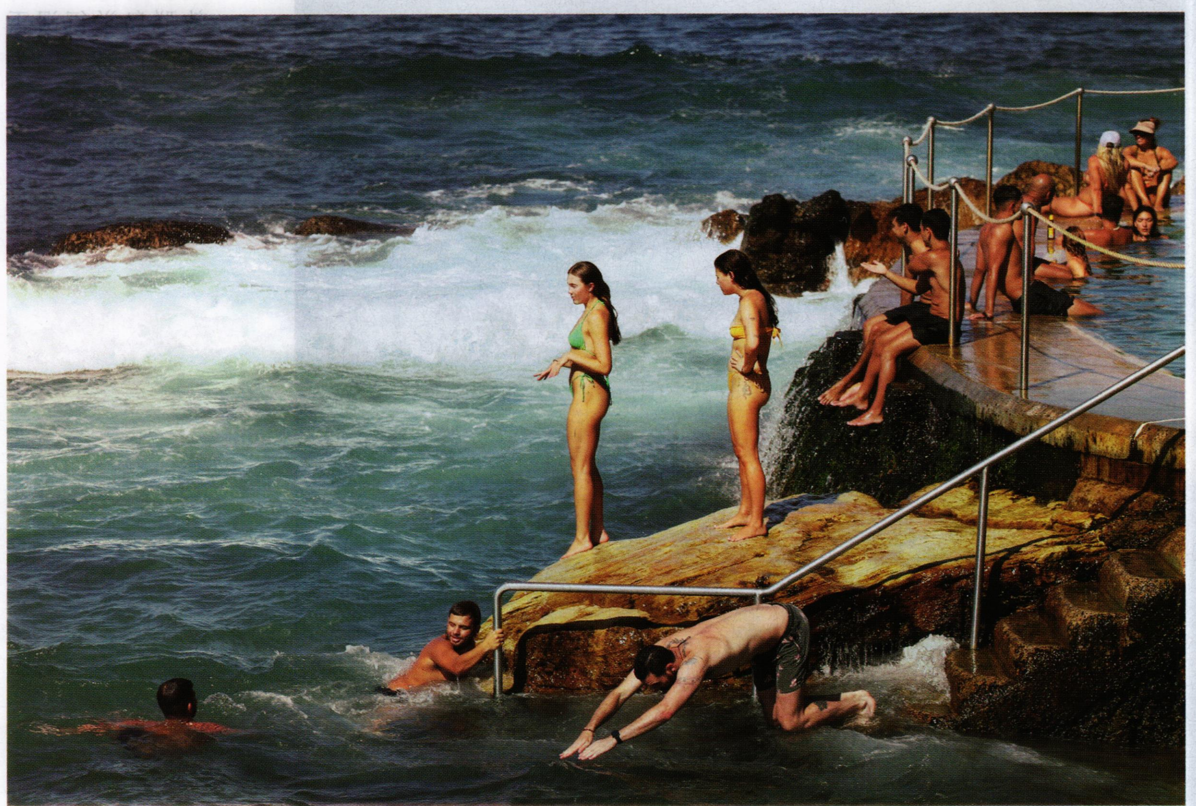
本期截稿时间：3 月 20 日 19 时。本栏目欢迎来信，投稿请发信到：letter@lifeweek.com.cn





挪威 | **滑雪比赛**

3月18日，罗弗敦群岛举行滑雪登山比赛。图为一名参赛者。





英国 | **展览**

（右图）3 月 15 日，英格兰德比郡某庄园举办“镜子：查茨沃斯设计的反思”预展。图为一名工作人员正在清理雕塑作品。



澳大利亚 | **炎热天气**

（左页上图）3 月 16 日，澳大利亚气象局发布高温预警，预计炎热干燥的天气将会覆盖多个地区。图为市民在悉尼勃朗特海滩消暑。

印度 | **强降雨**

（左页下图）3 月 17 日，阿姆利则附近的一个村庄遭遇大雨和强风袭击。图为一位农民正在检查受损的小麦作物。





美国 | **海难**

（左图）3 月 12 日，圣地亚哥海岸附近发生海难。图为救助者将救生衣放进塑料袋中，此次事件死亡的 8 人中至少有 7 人是墨西哥移民。

俄罗斯 | **摄影**

（下图）3 月 17 日，克拉斯诺达尔，一名 81 岁的业余摄影师在街上拍照。



供需失衡下的商旅酒店

文 · 邢海洋

出差在外，最怕的是一个地方赶上大型会议或者集体活动，而今年，商旅出差的很多热门城市已经全天候地贵了。较之几个月前，商旅酒店贵上三四成很常见，协议价订不到酒店也常见，供需失衡严重扭曲了价格。

疫情过后，全国人民仿佛都出门了，有的人出差开会，有的人去旅行，探亲访友，看展观剧，徒步观鸟。憋了三年终于放飞，没什么紧要的事儿也要出趟门，这就构成了今年春天的主旋律。但把出行成本推高的主要还是商旅出行，没了旅行限制，全国的企业似乎都打开了出差模式，员工老板不是在出差的路上就是计划出差，可谓报复性出差。锦江酒店的数据显示，2023 年 2 月，北京、广州和深圳等一线城市的商旅预订量环比提升近 60%，整体出租率也已超过 2019 年同期 11%。成都、武汉和南京等省会热门城市也是热点差旅目的地，酒店预订环比增长了四成。携程商旅数据显示，国内商旅酒店较疫情前的复苏进程比海外更快，商旅酒店订单量较 2019 年同期增长超 2 倍。

高铁实现了通勤化，商务旅行再也不用为交通大伤脑筋，说走就走，故而商旅预订的特点是以工作日为周期，周一酒店预订达到峰值，并以一周为周期。通常商旅都有协议酒店，可房源紧张，酒店也试图和企业重签协议价格，北京、上海等城市，协议价多涨了一成。商旅挤压下，旅游住宿也一房难求了。

和旺盛需求对比的则是供给不足，且是严重不足。疫情前，经济增长、居民生活品质提升，旅游消费推升了酒店需求。据中国饭店协会的统计数据，我国 2018 年酒店数量达到峰值，为 34.4 万家。随后因为疫情急转直下，2021 年底全国酒店业设施共计 25.2 万家，较 2020 年下降 9.68%，较 2018 年下降了 27%。相对于疫情的前两年，2022 年是尤其艰难的一年，不过因为前两年太多的酒店支撑不住，到了 2022 年剩下的基本有资本支撑，酒店数量还有小幅上升，但较疫情前，供给是严重不足的。



酒店数量并不完全代表酒店供应，在经营艰难的时日，酒店业的兼并重组也是暗流涌动，酒店数量的下降很大程度上是资本运作的结果。从最近三年的统计数据来看，尽管受到疫情的影响，酒店集团化发展仍相对较快，那些大型酒店集团客房数量和酒店数量平均每年增速都超过 10%。

酒店业集中经营的同时，酒店可提供的房间数量也在减少，这才是如今“一房难求”的症结所在。据统计，截至 2020 年底，我国大陆地区客房总数为 1620.4 万间，比 2019 年减少了 271.3 万间。其中，经济型酒店客房数减少最多，减少了 207.2 万间。中档酒店客房数减少了 21.6 万间，豪华酒店客房数减少了 2.8 万间，而高档酒店客房数增加了 2.3 万间。到了 2021 年底，客房总数又进一步下降到了 1346.9 万间。两年少了 550 万间客房，意味着四分之一的供应消失了。酒店业的格局彻底改变，无论如何快马加鞭，今年的供应量也难以恢复到峰值水平，更别说迎合需求趋势有所增加了。

当供给严重不足撞上出差旅游的强劲需求，酒店价格上涨也就在预料之中了。酒店经营集约化，也给了供给方更为强大的议价能力，消费者于是愈来愈弱势，旅游平台上再怎么比价，出行成本也降不下来。

好在热点地区之外还有相对廉价的酒店，好在大城市的公共交通都很发达了，住远一点也不是不行。有时候临时订酒店也还有“捡漏”的机会，住宿成本并不能阻挡我们急迫的“世界这么大，想去看一看”的心情。



栏目插图·范薇

危机要来?

瑞士信贷最大股东沙特国家银行称不会再投资,欧美银行再遭暴击。桥水创始人达利欧警告硅谷银行的倒闭将在风投领域产生连锁反应,甚至远超风投范围。贝莱德CEO芬克称,我们在为几十年的宽松货币政策付出代价,迅速加息是倒下的第一块多米诺骨牌,硅谷银行是第二块,其他地区银行和依赖杠杆的投资者可能步后尘,投资非流动性资产的基金可能是第三块。

疲软的大宗商品

担心经济衰退,3月15日国际原油暴跌8%。2月以来有色金属价格陷入疲软,用于建材和汽车等产品的镍创出4个月低点,在电子等领域具有广泛用途的铜和铝也降至2个月以来的低水平。“两会”期间未提出大规模的经济刺激措施,年初看多中国的乐观情绪聚拢的投机资金纷纷撤离。



比谁降得更狠

湖北东风系巨额补贴正改变着汽车市场,燃油车的降价比狠一浪高过一浪,同样作为法系车的高端豪华品牌旗舰DS9,终端最高优惠达到了11万元。奔驰C260L的最低价格达到了24.35万元,入门级的C200L版本最低报价22.15万元,整体降幅超过10万元。一汽丰田更是买一送一,买bZ4X电动SUV送威驰。

注册制下

3月13日，上交所披露2023年第7、8、9、10、11次上市审核委员会审议会议结果，中重科技、中信金属、江盐集团、常青科技、柏诚股份5家上会企业全部过会。全面注册制正式落地实施后，主板在审企业“平移”，A股11家拟上市的排队银行中有10家出现在沪深交易所主板在审企业名单中。没了发审委，IPO又拥塞在深交所、上交所。

韩国基金会代日本赔偿

韩国宣布国内基金会将代替日本企业赔偿殖民时期的韩籍“征用工”，引发国内反弹声浪。韩国最高法院在2018年的判决中要求日本制铁和三菱重工向受害者做出赔偿，被拒绝后两国开打贸易战。日本掌握芯片制造的一些关键零部件，贸易战后韩国芯片良率下降。本次日本对韩贸易限制或与韩国撤回WTO诉讼“同步进行”，显示了技术被卡脖子的无奈。





给储户兜底，美联储出手

硅谷银行倒闭后，赶在股市开盘前美联储推出新工具BTFP，充当最后贷款人，为面临流动性危机的银行提供贷款。BTFP（Bank Term Funding Program，银行定期融资计划）将向有抵押债券资产的银行提供最长一年的贷款。BTFP的最大吸引力在于，银行可以借入与其抵押品面值相等的资金，这对处境艰难的小银行是雪中送炭。

社保基金重仓股

财报季，社保基金持股动向曝光。去年四季度末社保基金共现身14家企业十大流通股东榜，新进2只，增持6只。其中皖维高新、华特达因有3家社保基金集中现身。持有比例最多的是中科创达，持股量占流通股比例为5.18%，其次是利尔化学、华特达因、万泽股份、盛航股份等。社保基金重仓股今年以来平均上涨10.75%，涨幅跑赢沪指。


（视觉中国 供图）

人类嗅觉的三维结构

依靠鼻子中约400种被称为气味受体的蛋白质，我们才能闻到各种气味。当气味分子聚合形成一个个被称为气味剂的集合，可以激活多个受体。然而，对于特定的受体如何将气味剂转化为嗅觉，科学家此前所知甚少。这主要是因为几乎所有气味受体都无法在嗅觉神经元之外的环境中存活。《自然》杂志上的一项新研究指出，分子生物学家找到一种在肠道、肾脏和前列腺组织中都存在的特殊气味受体，并用低温电子显微镜为其绘图，得到首个人类气味受体的三维结构和触发机制。据悉，该受体与两种气味分子起作用：闻起来像醋的醋酸酯和有奶酪味的丙酸酯。

好消息



重见光明的新希望

利用一种新型基因编辑技术，武汉科技大学的研究团队成功恢复了患有视网膜色素变性症的小鼠的视力。在人类中，该病的发病率约为1/4000，通常会发展成严重且不可逆的视力损失甚至失明。这项新研究为基因编辑作为潜在疗法提供了有力证据。



长新冠风险降低

大多数长新冠研究仍以“大流行”早期的感染者为样本，但一项来自瑞士的最新研究指出，奥密克戎毒株导致长新冠的风险可能已经降低。这项研究结果显示，原始毒株感染者比未感染者出现长新冠的比例高67%，奥密克戎感染者与未感染者的报告则没有明显区别。

坏消息



生物钟与血管健康

《美国心脏学会杂志》上的一项研究调查了2000名45岁以上人士，结果显示，相比每晚睡眠时长相同的人，一周内每晚睡眠总时长相差两小时以上的人更有可能患上动脉硬化。不过该研究的一位作者称，偶有一两天不规律没关系，关键在于长期的规律。



瓶装水的安全悖论

联合国最新报告指出，过去几十年全球瓶装水产业迅速扩张，但公共供水系统的发展却困难重重。尤其在欠发达国家，可靠水源和基础设施的缺失助长了瓶装水的需求，一些厂商接受的质量监管往往比公共系统更宽松，导致瓶装水没有人们想的那样安全。

自从印刷术推行以来，随着低阶层阅读习惯的重大推进，文学中便有了一种倾向，即吸引眼球的越来越多，与此同时，吸引耳朵的则越来越少，但从纯粹艺术的立场上来看，耳朵才应当是文学力图取悦的感官，它应始终遵从耳朵的愉悦准则。

——爱尔兰作家王尔德，《作为艺术家的批评家》

人们不像信任他们的眼睛那样信任他们的耳朵。

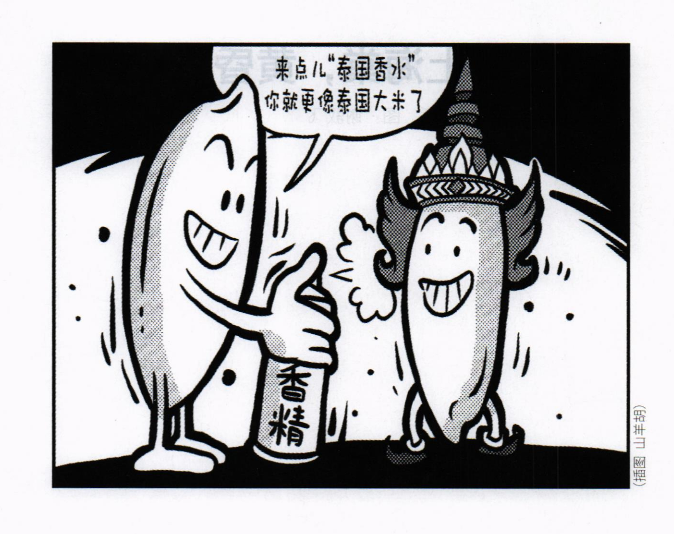
——古希腊历史学家希罗多德，《历史》

文明进化已久的国家往往不免于暮气；文明程度太浅的国家，因为物质和精神两方面，强盛的元素都太缺乏，又兴旺不起来，就暂时强盛，也不能持久。吴越就属于这一种。战国时代的六国属于前一种。只有新进于文明的野蛮国家，最为可怕，秦国就属于这一种了。

——史学家吕思勉

在如今这个争议不断、支离破碎的世界里，阅读比以往任何时候都更重要。首先，书籍能提供一种深入的体验——在这个很难集中注意力的时代，这种体验正变得越来越稀有——无论是一本扣人心弦的小说带来的身临其境感，还是一部充满智慧的或颇有争议的非虚构作品所引发的深思。

——美国书评人角谷美智子，《角谷的藏书架》



（插图 山丰胡）



诗是一种不真实的语言，没有人会像诗那样说话，而小说却必须说人话。用你我他都认识的文字，写一个超出你我他认识的存在……用俗语写出诗。

——作家王安忆

数字

12 %

2022年纽约、香港和莫斯科的百万富翁人数分别减少12%、14%和15%，迪拜、新加坡和迈阿密成为对百万富翁移民最有吸引力的城市，这三个城市今年房价预计上涨得最快。

43 年

法国经济学家托马斯·皮凯蒂认为，我们不应该设定退休年龄，而是应该计算工作年限。如果每个人都工作43年，那么垃圾收集工可能60岁退休，律师可能67岁退休。那些在16岁以前就开始工作的人可以在58岁退休，而那些在18岁便开始工作的人可以在60岁退休。

149 亿

微软将在办公软件中增加人工智能增强功能，为商业客户提供加速创建文档草稿、生成插图和创建图表的机会，从而为数以百万的员工节省时间。瑞信估计，如果微软3.7亿商业办公软件用户中有10%升级到附带人工智能增强功能的软件包，未来5年将产生149亿美元的收入。



早上海棠，黄昏丁香

文 · 余毛毛　图 · 谢驭飞



我的生活两点一线，两点是指家与单位，一线是指我们这个城市最好的一条道路，长约15公里。说它最好，不是说它有多宽多平整多繁华，而是说它的两旁全是繁茂的草木，一年四季，荣荣枯枯，花开花落，像是一条变幻的植物长廊。我家住城市的东部，单位在西部，早上我是被朝阳推着走，黄昏是被夕阳推着走，这让我避免了太阳的刺目而从容观看。春天里，这条植物的长廊格外好看，早上时我走路北边，经过一片海棠林时我要停下来，进去盘桓一番；黄昏时经过两树丁香花时，我也要停下来，流连一番，不忍离去。它们虽然都在路边，但并不好找，一不留神就会错过，因为海棠林被一排高大的香樟树所遮掩，而丁香树则隐藏在深深的草木中，但我总是能找到，因为我心中有花。

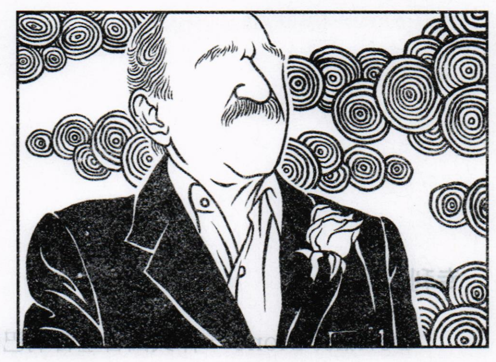
早上到海棠林时，约莫七点钟左右，太阳正由红色变成金黄色，打在海棠林里，那真叫金碧辉煌。海棠林颇有规模，一共六排树，每排足有一百多米长，每棵树之间相隔约两米多，每排树之间也相隔约两米多。海棠花儿真是清新优雅，纯洁热烈。花蕾状态时，是娇艳的红色；花苞裂开后，又露出温柔干净的白色，而花蕾上的红色又似乎是渗透进那温柔干净的白，让花瓣白里透红。小小的五瓣花，被绿色的叶子托举着，一朵朵俏立枝头，当所有的花儿都开放后，每棵树上的花枝都与前后左右树的花枝们搭上手，无论你往那个方向走，都是花的拱廊；想象一下吧，那有多么的迷人和震撼。我天天走天天看，脚下是青青绿色，头上是闪烁的太阳光线，沉浸在那如诗如歌、如童话如仙境一样的花花世界里。

黄昏到达丁香树边时，太阳已沉落下去了，天色有些暗。经受了一天的阳光照耀，丁香花发出浓烈而甜蜜的香气。我费力地拨开其他植物的枝条才能到达它们的身边。丁香花真美啊，花未开时，红色的花苞被一根紫色的茎管托举着，每一朵都像个漂亮的小芭蕾演员；而当白色的小花开放后，花苞上的红也是开始渗透下去，而茎管上的紫也是开始攀爬上来，这让丁香花儿发出一种如梦如幻的色泽，白中带点紫又泛着一抹红。无论怎么看，它们都是如此高贵和优雅，给人一种可望而不可即的感觉。戴望舒说他希望遇着一个丁香一样结着愁怨的姑娘，可我真的在丁香身上找不着那种哀伤感。黄昏中的丁香花美丽又大方、细腻又华贵、馥郁而深情，让人爱恋，生发柔情。

梭罗说他散步时带回一枝荷花，把它养在瓶中，荷花的香气让它的文字都充满着芬芳；我也真希望我看过的海棠和丁香，能让我的文字有一点点芬芳、一点点绚丽和一点点神采。■

那些年我信过的“迷信”

文 · 陈菊香　图 · 谢驭飞



据说著名作家马尔克斯比较迷信，出门时总要在胸前佩戴一朵黄玫瑰，认为可以消灾辟邪。鉴于在《百年孤独》里描述过一系列“迷信”的故事，这个“据说”大概率是真的。其实，迷信的名人并不少见，不少还是大名鼎鼎的科学家，比如哲学家与科学家培根、牛顿等。

身为一个普通人，我也有自己的迷信。哪天我需要办理一件“大事”——就医、求职之类，出门之时，我总会不由自主地观察一下，盼望迎面有人过来跟我相遇，这预示着一切顺利。这种说法来自于我的老家，小时候父母出去办事，婆婆就会念叨“当面遇贵人”，意思是出门办事，如果立马碰见“当面人”（迎面朝我们走来的人），预示着我们要办的事情将会一切顺利；反之，如果碰见“背面人”（背朝我们走过去的人），则预示着我们要办的事情可能不会顺利；如果出了门不得不返回，那就表示我们要办的事情基本无望了。

这虽是一个典型的迷信，细究起来也不乏合理的成分，“出了门不得不返回”本就表示某事你的准备工作做得不够或时机不对，不是忘了拿什么重要证件，就是身体不适打道回府，自然，你要办的事情基本就无望了。迷信之所以总有市场，也与此有关吧。再说，不管你相信硬币的正面还是反面，你总有一半的概率是对的，信哪一面都一样。我们需要持续地相信一点什么，来应对这变动不居的世界。

有一些迷信，在看穿了它们背后的把戏后，也就不信了。小时候，疼爱我的婆婆总是吓唬我和两个弟弟，不要去水边玩，水里面有水鬼，尤其是附近刚有小孩溺死的池塘边或者河边，那里有死去想要托生的“新”鬼，它们看见可爱的小孩就想把他拖进水里……

还有一些跟封建思想有关的，类似月经羞耻、男尊女卑的迷信。少女时代，每次来了例假，婆婆总会交代我：“不要把那个乱扔啊，要把它藏起来，不要让你弟弟看见，让他们看见了他们的眼睛就会红肿流泪。”对我的两个弟弟，则会再三交代：“人家晾的女人家的裤子底下，你不要在那里钻来钻去，这样不好，死也长不高。”

当时听了这些话，我总是不解，也总觉得不舒服，疼爱我的婆婆不也是女人吗，她怎么认为女性的月经就是这么不干不净的东西？为何女人家的裤子就那么晦气？

慢慢地我长大了，婆婆也去世了，我终于明白了生于辛亥革命之前的她，思想有局限，她本人虽是男尊女卑的受害者，却不知不觉成了拥护者。她谆谆教导我们的各种“迷信”虽然可笑，但全都出于对我们真挚的爱。

本栏目投稿信箱为：roundtable@lifeweek.com.cn

专利技术

Devialet Dione 一体式回音壁音响巴黎歌剧院版的中置 ORB 技术，实现音响在机械和声学层面自动适应，最大限度地还原音频，维度体验专利技术（ADE）则结合数字滤波器，结合 17 个钕制线圈驱动单元保障澎湃音效。



悬浮陀飞轮

宝齐莱马利龙双外缘陀飞轮腕表 PARADISE 限量版，在方形切割的 40 颗沙弗莱石、蓝宝石和红宝石表圈环绕下，陀飞轮结构用三枚陶瓷滚珠轴承支撑于外框，仿佛悬浮在表盘上，拉丝纹混合橡胶表带配备快拆系统。

黄金分割比例

YIN 隐全新「因」系列以希腊字母里代表 0.618 黄金分割比的 ΦPhi 符号为设计灵感，立体造型的项链、手链及戒指饰面上，18K 金与黑玛瑙宝石还原了 Φ 造型，贵金属与宝石整体比例为 5 ： 80。



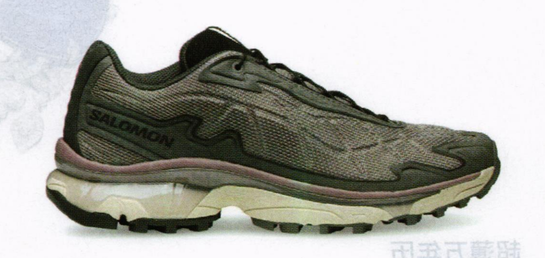


复古情怀

Supreme 联名 Bandai 推出 Tamagotchi，将上世纪 90 年代风靡一时的电子宠物蛋带回大众视线，致敬 Y2K 复古情怀。电子宠物蛋的外观是迷彩印花，亦可作为挂饰。

户外装备

Salomon 全新越野鞋款 XT-SLATE ADVANCED 继续沿用 ACS 动态稳定系统，大底的 Contagrip 反向 V 形耳齿设计耐磨且具有抓地性能，EVA 中底提供轻量级缓震，快速系带系统让鞋面更贴合足部。





眼部按摩

Eyespa 采用温热热敷和静音振动相结合的方式，缓解眼部疲劳，增强眼周肌肉的弹性。精准温控可在短时间内加热到 46℃或冷却至 15℃；内置的 150kHz 超声波蒸发器，将水变成更容易被身体吸收的细小水滴。

电竞鼠标

Swiftpoint Z2 最新 TracPoint 传感器技术实现高度精准跟踪和快速响应，最高可达 12000 DPI，“出厂预调校”功能可进行定制化的调校，让玩家自定义按钮、宏和灵敏度设置，支持多个操作系统。





浓郁蓝宝石

Bulgari Eden 项链的中心是一颗 107 克拉的枕形切割斯里兰卡蓝宝石，呈现浓郁的半透明蓝色调，铂金镶钻链环同样点缀了蓝宝石。

超薄万年历

Vacheron Constantin Traditionnelle 腕表通过厚度 4.05 毫米的手动上链机芯实现超薄形式，万年历指示器匀称分布在灰蓝色珍珠母贝表盘上，下方的月相盘使用了同色调的珍珠母贝。



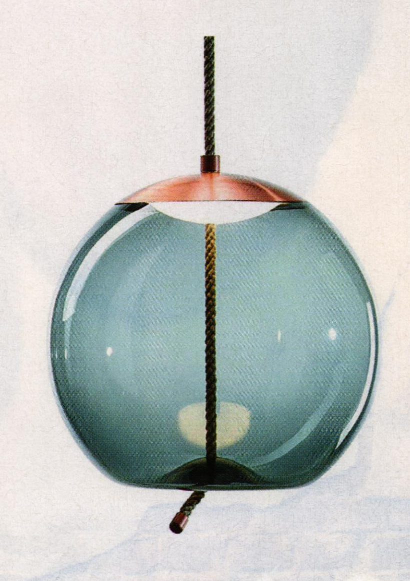


罗马铆钉

以绗缝设计为特征的 Valentino Stud 牛仔布单肩包，对比色缝线在表面形成菱形图案，仿古黄铜饰面的罗马饰钉被置于图案的交叉处。

透明玻璃

Brokis Knot 吊灯并置两种截然不同的材料，球形透明吹制玻璃灯罩形状饱满，被粗糙的绳索从中间穿透，LED 光源安装在金属顶罩中。





三个圆柱

Ferm Living Post 咖啡桌用高光泽漆面纤维板制作，三个圆柱形桌腿支撑起厚实的桌面，构成稳定且平衡的几何轮廓。



线性堆叠椅

Muuto Linear 钢质户外椅的特点在于精心设计的细节，椅面边缘略微向下弯曲，三道细缝便于雨水流走，宽大而弯曲的椅背提供舒适的背部支撑。



哈尔滨不算咖啡文化消费很发达的城市，但在这里，仍有一帮热爱并执着于咖啡的人



（蔡小川 摄）

再来一杯好咖啡

贵阳 江门 哈尔滨





（蔡小川 摄）

1

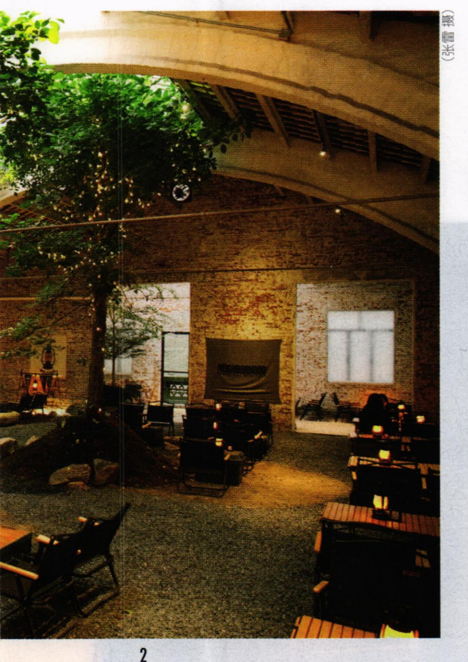
要高一些，但首先要保证咖啡的口感。”

寻找流量之外的好咖啡馆，我们还去到了广东的江门。在决定去这里时，我们有点忘了它是电视剧《狂飙》的取景地这件事。江门从前是一个没太多名气的小城市，江门“柏顿咖啡”的创始人林卫强说，2021 年他去北京参加展会时，还要给人解释“做陈皮出名的那个新会”，作为江门的地标。江门是侨乡，从前也有咖啡的基因。江门台山的博物馆里，有法国生产的手摇磨豆机、镀银的咖啡壶、日本生产的咖啡杯等等，都是去国外讨生活的台山人带回来的时髦特产。

江门因为《狂飙》现在处于来打卡旅游的余韵里，有一批典型的网红咖啡馆。但除此之外，就像贵阳，客人主要是本地居民，做日常生意。日常生意要出品和特色兼备，才能站稳脚跟。我们在江门采访了那种持续去参加比赛、去提升咖啡出品的店“邦德利”。还去了那种看上去破破的，却有一种把每杯咖啡都做好的劲头的小店 Sikei[2] Coffee。记者驳静点了一杯美式咖啡，老板问她怎么样，她自己都忘记说了些什么。老板看出她并没有被这杯咖啡吸引和打动，他做了第二杯。这种习惯不是针对记者的，当地咖啡同行告诉驳静，这家咖啡店的老板是个非常有原则的咖啡师，但凡客人不满意，他都乐于重做一杯。

我们还去了东北的哈尔滨。咖啡在中国主要的消费人群是年轻人，东北是个年轻人外流的区域，在那里开咖啡馆，并且还要坚持品质，有逆水行舟的反差性。哈尔滨在 100 多年前是个中俄文化混杂的城市，有喝咖啡的基因。但现在，咖啡是跟年轻人、白领人群和写字楼生活方式相关的，哈尔滨就有点跟不上了。东北人的地理认知里，山海关往南都算南方，“外粒方 & 逗留”咖啡馆的主理人杨育心经常去南方的咖啡馆，他发现，南方的咖啡馆早上一开门就迎来第一波客流，这一波是上班族买咖啡迅速打包带走。在哈尔滨，这一波上班族客流是不存在的。哈尔滨的咖啡店要从中午之后客流才开始上来。

咖啡在哈尔滨还不算日常消耗。这其实让哈尔滨的咖啡除了消费人群，有了第二道难关——好豆子。这是我们在咖啡消费发达的城市采访，从未遇到过的问题。大多数生豆商的总公司都在上海。好豆子一出来，大家都很敏感，很快就在江浙沪被抢完了。除了上海，杭州、苏州、南京这些城市都是咖啡消费的大城市，消费市场一层



（张雷 摄）

2



（张雷 摄）

3

层地抢完，到了哈尔滨经常不剩什么好豆子了。

在这样的环境里，真正热爱咖啡的哈尔滨人，拿到好豆子就如获至宝，烘焙和喝咖啡都很认真，不想辜负这一杯好咖啡。在东北的咖啡馆里，通过咖啡，我们还感受到东北人天性里对困难的消解和乐观幽默。因为产业结构的原因，在哈尔滨，几乎没有手拿一杯咖啡匆匆赶路的都市白领，哈尔滨人的解释是“这座城市没那么大的压力，只需要一杯奶茶的快乐”。哈尔滨咖啡馆里的气氛，也跟其他地区不太一样。提起东北的没落，舆论里总有一丝悲情，但每天生活在这片土地上的人们，好像没那么沉重。哈尔滨满大街都是烧烤店，晚上几乎全是酒局，这篇文章的记者薛芃一直觉得咖啡馆是个闲适轻松的空间，但哈尔滨的咖啡馆刷新了她的认知，“像晨间烧烤店”。薛芃对里面的欢乐心生羡慕，在所有人焦虑生计的时段，哈尔滨人为什么会聚在咖啡馆里唠嗑？我们常说，一方水土养一方人，咖啡馆这种舶来品在中国扩散开的时候，也带有了它生根的城市的性格。

除了咖啡城市的探访，这一期里我们写了一篇对咖啡市集的报道。疫情三年，餐饮行业受到了巨大的影响，咖啡馆都过得不容易。一些咖啡馆没有熬过疫情的寒冬，另外一些依靠坚韧和拼搏活了下来。我们最初关注到咖啡节，是发现在客人无法到店的情况下，咖啡节让咖啡馆能够主动去找客人，成了疫情这个极端环境里，咖啡馆现金流的重要来源。我们采访了一批疫情三年来，经常出现在全国各地咖啡节上的咖啡馆店主，讲述他们如何度过了这三年，又怎么在咖啡节上推出吸引人的产品，推广自己的品牌。

咖啡节本身也很有报道的价值。疫情这三年，咖啡节有了令人意外的大发展。这其中有疫情的因素，咖啡节只要能办得起来，就是三年来大家宝贵的相聚时刻，咖啡馆和消费者们都异常珍惜，场面火爆。咖啡节也是最近几年咖啡市场下沉的直接反映。一个成功的咖啡节，需要有足够多的咖啡馆和消费者才能支撑。我们看到咖啡节由咖啡大市场上海、北京，到天津、到南京、到广州、到青岛、到厦门，甚至南宁、延吉都有资源能够办起咖啡节。咖啡节在不知不觉中超越了咖啡行业本身，赋予了更多的意义。它是线下流量池，是营商环境开放和国际化的展示。疫情后的中国，消费回暖和人心振奋都需要这一杯提神饮料。

1. 在哈尔滨的咖啡馆里，工作谈事的人不算很多，对于当地人来说，这里更是一个放松唠嗑的地方

2、3.《狂飙》火了之后，去江门打卡的人流也会溢出到咖啡馆

贵阳咖啡：专业又生活

主笔 · 杨璐 摄影 · 黄宇




贵阳的独立咖啡馆隐藏在市井当中，有专业性，烟火气，也温暖治愈

胡颖、卢源夫妇和彭近洋是贵阳在全国咖啡行业里都有名气的从业者。2021年世界咖啡冲煮大赛中国冠军邹旸在贵州凯里开咖啡馆，是彭近洋作为比赛教练带出来的学生。这些冠军、知名烘焙品牌的背后，还有成百上千家咖啡小店，共同形成了一个生态系统。贵阳老城的街道上，吃吃喝喝非常发达，沿路到处是肠旺面、牛肉粉、羊肉粉的小馆子，以及洋芋粑、炸豆腐、糯米饭、烧烤等小吃摊。咖啡小店就隐藏其中，有专业性、烟火气，也有温暖治愈。

小店的个性

QUANTIC ESPRESSO COFFEE（多项式）距离贵阳市的文昌阁很近，临主路的一处小区进门右手边就是这家咖啡馆，跟它正对的是一家辣鸡面的小吃店。多项式的面积很小，吧台只能容纳三四个人，吧台后面靠墙，还有几个单人的座位。如果想呼朋引伴地聊天，只能坐到外摆的两个矮桌去。贵阳年轻人喝咖啡很接地气，在门外的小吃摊上买一份洋芋粑，配上折耳根、酸萝卜，撒上辣椒面，在店里买一杯咖啡，几个人就坐在门口矮桌边，聊天、打游戏、吃小吃、喝咖啡，度过悠闲的时光。

多项式的店面虽然袖珍，咖啡却不马虎。正对着吧台，并排摆着四台磨豆机，分别装着花香、果香、酒香和深烘的豆子。咖啡店主肖静说："机器的成本就有30万元。"菜单上有美式、拿铁、短笛等等，客人们先选咖啡，再选豆子。我喝了这家店的短笛、冰滴、橘光丛林拿铁。它家的咖啡风格非常鲜明，即便没有受过训练，也能喝出咖啡的风味来，非常直接。短笛是香草冰淇淋的味道，既有酒香，也有奶油的余韵。冰滴像淡淡的水蜜桃汁，橘光丛林拿铁是非常端正的橘子味和巧克力味。

贵阳大概从2010年前后有了精品咖啡的概念。贵阳当时有两家很有名气的咖啡馆，一家是悦读时光，另外一家是土壤。悦读时光是中国咖啡爱好者的论坛咖啡沙龙在贵阳的独家代理。土壤咖啡也已经涉足精品咖啡豆。彭近洋



多项式虽是小店，但对豆子的要求却富有个性

她偏爱拼配豆且要求很苛刻不妥协，属于“逼死烘焙师”的那种客户。

高中翘课的时候，就是在土壤咖啡馆里爱上了咖啡。肖静则在土壤咖啡馆工作，从咖啡师一直做到店长。“土壤当时的生意特别好，但我已经到了天花板。在贵阳，我没有任何学习的空间了，也没有老师教。我就去了上海，到明谦咖啡学习做咖啡。”上海当时比贵阳对精品咖啡的认识要多。肖静说：“我在贵阳已经在用虹吸壶很认真地做咖啡了，但没有任何理论依据。到了明谦以后，所有东西都有了依据，我学习了萃取率，认识了每一种咖啡豆，认识了咖啡全产业链。”

带着从上海学习的精品咖啡知识，肖静回到贵阳，一直在咖啡行业里。多项式这家店，是按照肖静对咖啡的理念开的。她偏爱拼配豆且要求很苛刻不妥协，属于“逼死烘焙师”的那种客户。肖静说：“我的酒香拼配，酒香的豆子市面上很多。但是，我告诉烘焙师，它要有香草感，还要有奶油感，烘焙师就要不停地找，不停地试。”刚刚过去的冬天，肖静卖了一款草莓糖的拼配豆，她为了风味清晰，拼了一款带有草莓自然香的豆子，一款偏草莓奶油的豆子，这其中40%是瑰夏，但她的拿铁只卖25元一杯。肖静说：“25块钱就是贵阳咖啡市场对拿铁的心理价位。定价再高，这款产品直接就被打死了。无论它有什么风味，客人可能连看都不会看。”为了能让它面世，烘焙师没有赚她的钱。

支持肖静，并且愿意跟她打磨拼配豆的烘焙师叫刘开胜。他是贵阳咖啡行业里的老大哥，2009年就已经开始在咖啡沙龙论坛上学习精品咖啡的知识，并买豆子尝试烘焙了。“我当时在咖啡馆里工作，2008年以前，咖啡馆对豆子不挑剔的。后来，我们开始对咖啡豆有要求之后，发现给我们烘豆的几个工厂品质极其不稳定。2011年，我买了一台烘焙机开始正式琢磨烘焙。2012年，我就从咖啡馆离职，

自己做烘焙去了。”刘开胜说。

刘开胜不太愿意表达。他在做烘焙师时，也间断地同人合作开过咖啡馆，但经历很坎坷。每每讲到咖啡馆词穷，他就掏出手机不停地滑动，找出正在说的那家咖啡馆的图给我看，喜爱又怜惜的感情像在讲述自己在远方久未见面的孩子。他给自己的烘焙工厂起名横贯咖啡，就有历经艰难依旧爱咖啡如初的意思。“横贯的意思是以前、现在和将来，我都只做咖啡这件事。因为这个行业本身很难做了，我想给行业留一点正能量。”刘开胜说。

烘焙咖啡是刘开胜最爱的事情，“我只想安安静静地做一杯咖啡”。他的烘焙工厂规模不大，但是很讲究，进门有酒精和紫外线消毒，戴头套和鞋套，有恒温恒湿避光的生豆仓库。他现在给100多家咖啡店供应熟豆，有的是连锁品牌，有的是像多项式这样的独立咖啡馆。他常规提供几款拼配豆和十几款单品豆，给咖啡馆作选择。这些咖啡需要风味稳定，因为店里有老客人，已经习惯了这个味道，不能做大的调整。除此之外，他还愿意配合像多项式这种研发的需求。我在刘开胜的烘焙工厂喝到了门店里已经卖光的草莓糖拿铁。为了让我喝到最好的风味，他催促我先放下工作，趁热喝。这杯咖啡有馥郁的花香、蜜香。“这不是香精豆，它是一款哥斯达黎加的日晒处理法的瑰夏。它的香气完全来自于豆子本身。”刘开胜说。

找豆子来烘焙是他的一种乐趣。他觉得2010年到2015年是黄金期，市面上有丰富的生豆资源供烘焙师们选择。现在虽然中国精品咖啡比从前发展得兴隆了，可出现了实力雄厚的公司，有些好的豆子被整批次买断了。刘开胜就是在这样的环境里，为小店不停找、不停试，终于拼配出合意的豆子。帮助独立咖啡馆实现创意，也满足了刘开胜自己探寻风味多样的咖啡的兴趣，并且他觉得这件事很有意义。“我觉得小店才是城市的生命力。我基本上都以差不多不赚钱的方式在给他们做，因为市面上需要多元化的东西，才不会让整个城市显得那么荒漠。外地人来到这边，喝到这些有特点的小店，而不是千篇一律的连锁店，我觉得是很好的。”



（徐丹霞 摄）

横贯咖啡为贵阳100多家连锁和独立咖啡馆烘焙咖啡豆

不专业是走不长久的

彭近洋开始烘焙之后，最早也在贵阳本地的咖啡馆里推销他的熟豆。他印象中贵阳的独立咖啡馆开店潮开始于2013年。“那一年非常神奇，突然有很多人来找我买咖啡设备。可能看我开咖啡店，觉得我了解渠道。那一年开了非常多的咖啡馆，写字楼里面什么的，到处都是。这些独立咖啡馆愿意接受精品咖啡豆。”这批独立咖啡馆让贵阳的咖啡消费和咖啡馆往前进了一步，店主很多是“从外面回来的人”。刘开胜说：“这一批人是‘85后’或者‘90后’，他们在外面上大学或者工作，那个时候正好回到贵州。无论是开店的人，还是消费者，这批人对咖啡的接受度很高，2015年以后，明显觉得贵阳喝咖啡的人更多了。”

黑石咖啡开在贵阳的小十字商区。因为贵阳是一座山城，进咖啡馆的时候是在一楼，从咖啡馆的窗子往外望去看到的却是黑色的瓦片和绿色的树梢。窗下面是一条美食街，贵阳非常出名的肠旺面就在黑石咖啡的楼下。楼下是特制的大锅持续滚着开水等待面下锅，肥肠、猪血、脆哨、油豆腐、鸡辣椒等盛在盆里摆满了台面，一派老贵阳的烟火气。楼上却是装修成北欧风格，隔断

有趣的是贵阳并不像中国很多城市里，在精品咖啡起步阶段要不停地向消费者解释“咖啡为什么是酸的”。

的书架上放满各种书籍的精品咖啡馆。年轻人在楼下吃碗肠旺面，散着步就上来喝杯咖啡。

黑石咖啡的老板雷鸣喜欢找一些小众的、有特色的咖啡豆。这个产季，他去了一趟云南，拜访云南精品咖啡种植比较优秀的庄园，寻找实验性的处理法，拍摄了短视频并带回了12支豆子，覆盖了传统水洗、K72水洗、传统日晒、蜜处理、厌氧日晒、橡木酒桶发酵、湿刨等七种处理法。他打算要办一个杯测推介会，向贵阳介绍这些他觉得很打动他的咖啡。

雷鸣就是刘开胜说的“85后”那一拨，从外面读书和工作，回贵阳的喝咖啡的人。2014年，他回到贵阳，本来进了一个体制内的单位，但他不喜欢。刚好黑石咖啡在转让，他就辞职，接手了这家咖啡店，一直经营到现在。“贵阳那个时候悦读时光和土壤咖啡很出名，我觉得那里面的生活特别美好，很闲适，工作环境也还行，客群也不复杂。我接手之后才发现，没那么容易，洗手间脏了都要自己去擦。”雷鸣说。

从喝咖啡到开咖啡馆，对咖啡就得认真思考起来。雷鸣的思路很清晰，每年固定安排两个时间段去看国内做得专业、经营也好的咖啡馆。“我重新梳理了一遍原材料，对产品进行了升级。我开始用乔治队长的豆子。乔治家出了一个中高端的氧气。我从外地回来以后觉得精品咖啡的产品肯定是第一位的，所以，我用了那支氧气。那支豆子挺贵的，但我咖啡的价格不敢涨。所以，我是压缩了利润空间，让品质提高。”雷鸣说。

“氧气”是一支中烘的豆子，跟传统意式深烘走苦口醇厚不同，“氧气”的特点是花果香和酸。有趣的是贵阳并不像中国很多城市里，在精品咖啡起步阶段要不停地向消费者解释“咖啡为什么是酸的”，也没有人质疑“中国人喝不出咖啡的好坏，所以咖啡品质并不重要”。雷鸣说：“从我们客人的反馈来看，大家喜欢微酸回甘、有花果或者坚果调的豆子。贵阳咖啡消费者接受酸，我觉得可能跟我们的饮食习惯有关系。我们这边饮食就是偏酸辣的。乔治家当时推了一款危地马拉的花神，还有水洗耶加雪菲，浅烘焙的，这两支都是酸的，卖得特别好。不是精品咖啡爱好者也完全接受。”雷鸣说。

贵阳人在吃喝上肯花钱。雷鸣说，贵阳的咖啡馆2016年就开始卖瑰夏了，而且卖得很好。“彭近洋2016年拿了大港杯烘焙冠军，年底开了文昌阁，生意就很火爆。那个时候，乔治队长开始推瑰夏。我个人认为贵阳的瑰夏就是彭近洋带进来的。我看到他在推，就进了这个豆子。那是巴拿马翡翠庄园绿标的瑰夏，我卖55元一杯，卖得很好。后面我自己搞了烘焙之后，卖了一支埃塞俄比亚瑰夏村的瑰夏，那个冲的时候就有百合花香，再加上焦糖饼干的甜感，我只拿了5公斤，也卖55元一杯，大家不够喝。”雷鸣说。

为了在专业性上再进一步，雷鸣2018年开始自己烘豆子。“我2015年底开始用乔治的豆子，当时彭近洋还没有得冠军。当时他们来跑客户，邀请我去工作室看。我特别佩服彭近洋的专注，对品质把关很严。他也很敢投入，他当时从德国定了一台烘焙机，为了能运进来，把楼道和办公室的门全都卸下来了。我觉得这个小伙子做事很舍得，就开始了合作。”雷鸣说。虽然，有名声在外的上游烘焙师，雷鸣还是决定自己学烘焙，因为通过几年的经营，他对咖啡这门生意的认识更深了，有了新的想法。“前面几年，我处于学习的状态，黑石咖啡当时更多的是承载第三空间这个功能。我们那时候做了不少观影会、英语沙龙、展览什么的。后来，我觉得靠做活动不是长久之计，还是要回归咖啡馆的本质，就是咖啡要专业。”雷鸣说。

贵阳的咖啡隐约着已经开始卷了。“我能感觉到消费者对咖啡的要求越来越高了。彭近洋的店、胡颖的店人流量都挺大的。客人有时候也会来说，那天我在乔治家喝了一支什么豆子或者一杯什么咖啡，我觉得很好喝。我想我们之间，就是专业度上还有差别。我发现了这件事，马上就去调整。咖啡是一个专业性、技术性强的服务行业。它首



黑石咖啡的老板雷鸣支持店里的咖啡师参加比赛，且全体陪练，以此提升全体咖啡师的专业度





上图：朴羽开在一个安静的社区里，跟客人形成很默契的关系。像那种治愈文学里才有的咖啡馆

下图：因为开在老龄化社区，朴羽周末免费为 60 岁以上老人提供咖啡

先强调的是专业技术，如果专业技术上不达标，我觉得肯定做不长久。”雷鸣说。

雷鸣自己烘焙之后，黑石咖啡的个性和辨识度变高了。因为，他买的都是他喜欢的生豆。“我家豆子有点小众，有一年胡颖带选手打比赛，赛前来探店。她喝到我一支哥伦比亚，问我在哪里找的。我后来把那个庄园的信息给她。那时候刚开始流行特殊处理法，它处理得非常自然，香气风味又具象化。如果我是采购别人的熟豆的话，没有办法去呈现更多的我想要的东西。烘豆就是即便我们买的是同一支生豆，我们也会烘焙出自己的风格，比如小彭的风格可能是酸质明亮，我的风格可能更看重平衡，会有一些差别。”雷鸣说。

没有负担地喝一杯咖啡

朴羽咖啡的地址在贵阳地标甲秀楼附近的省委家属区里。车到门卫，司机有点犹豫要不要开进去，说导航显示离店还有 100 米。贵阳是山城，小街小巷和地下通道交错，地形是 3D 的，导航不像平原那么准确。我在贵阳已经迷路过几次了，从小区门口向里看，地形环境不明朗，我还是坚持让司机把我送到门口。

沿路的行道树已经能成荫，看样子这是一个很老的小区了。朴羽咖啡开在小区的商业区域里，跟它相邻的有小超市、啤酒店以及开业时间超过 20 年的香菇面。朴羽咖啡去年夏天才开业，却跟周围的环境融合得非常好。它一点儿都不明显。这是店主潘富见有意为之，“贵阳的咖啡市场现在各种风味、各种创意都有，我在这样的地方开一个小店，希望它传统且不要复杂。朴字就是原始简单的意思。我的选址、我的色调都是按照这个来的”。朴羽咖啡是中式的装修，吧台和门窗都是类似于紫光檀的颜

色。这跟它咖啡的风格也很呼应。这家店每一期只用一种咖啡豆做美式咖啡、拿铁、手冲、冰滴等等。并且这支咖啡豆是贵阳市场里少见的深烘豆。潘富见觉得这也是来契合“传统”这个主题，深烘咖啡里的传统。潘富见是刘开胜的徒弟，她的咖啡豆也是和刘开胜一起打磨的，属于刘开胜很希望贵阳越多越好的个性小店。

店里现在使用的是一支危地马拉的豆子。“它表现出坚果和巧克力调，做意式、手冲都可以。有人担心深烘焙做手冲没有太多风味。我会冲浓一点，甜度高一点，然后比较平衡和干净。咖啡对我而言，第一追求平衡，第二追求干净，第三追求的是风味。我觉得这是个人选择，你来我这里喝一下我的喜好，刚好你喜欢那很好，如果你不喜欢，也就是尝一下。”潘富见说。她也没有客人们只喝一支咖啡豆会喝腻的顾虑。店门口贴着“早餐计划”的海报，12点之前买咖啡会赠送面包。她说：“每天从这里走过的人就是打包一杯美式或者一杯拿铁做早餐，对他们来讲，不需要那么多的变化或者惊喜，好喝，喝起来没负担就好。”

最打动我的是冰滴咖啡。浓稠的咖啡液倒入加冰的杯子里之后，第一口喝下去像在喝黑巧克力浆一样浓稠润滑，并且没有一点点苦涩的味道。然后，随着冰块的融化，每喝一次，咖啡的味道和质感都在发生变化。当稀释到和一杯美式咖啡差不多的质感时，深烘的咖啡还是能够喝到明显的风味，像果干的香气。潘富见说：“如果拿到这瓶冰滴一饮而尽，就喝不到后面的变化了。”这跟朴羽咖啡馆周围的氛围也很呼应，过日子就是细水长流，慢慢来。

潘富见从前在深圳工作，但粗浅地接触下来，她身上看不到深圳争分夺秒拼事业的那种痕迹。贵阳的朋友们都称呼她潘潘，名字一转换顿时觉得生活也松弛下来。跟深圳相比，贵阳的生活压力小得多。她在甲秀楼附近租了一个两室一厅，租金1000多元。她签了五年的合同，为了住着舒服，还给重新装修了一下。每天早上走路来咖啡馆上班，下午5点钟准时下班，去家附近的健身房健身，然后回家睡觉或者跟朋友聚会。“咖啡店的客人在健身房遇到我，就说怪不得你整点下班。我就是雷打不动晚上要去健身的人。”潘潘说。贵阳老城区面积不大，但是繁华舒适，方圆一公里内总能找到好吃的、好喝的、好玩的，解决日常需求。不用买房，也不用买车。

潘潘在贵阳这个安静的社区里开着治愈系文学里那样的咖啡馆。她有了老客人，还交到了朋友。“正常情况下，我应该9点到店里。但到了周末，我觉得大家早上起不来，就经常迟到。有时候客人就发信息问我，已经10点了，你为什么不开门？”潘潘说，她还跟客人形成了默契，“有个客人每天早上要来买一瓶冰滴。他住得挺远的，特意开车过来，取了咖啡再去上班。一周五天，天天如此。我们已经不需要交流，我一看他的车停在那里，就赶快把咖啡拿给他。中间我们俩可以一句话不讲就形成了交易。冬天特别冷，我早上不怎么想开门，但是不敢不开，因为他会打电话给我。有一次我去买花了，他没有等到我的咖啡，我给他回电话的时候，他说很失望，说我一点都不靠谱。我卖咖啡卖出了一种责任感。”

潘潘的咖啡馆还有一项活动，周末60岁以上的老人可以免费来喝一杯咖啡。“我刚开店的时候，有一次坐在外面晒太阳。来了一个老奶奶拿着保温杯，问我可不可以打包。我以为她是要我倒些热水，我说没问题。她说美式咖啡打包，装在保温杯里面。我当时愣了一下，我问她确定要美式咖啡吗，美式咖啡是无糖无奶的。她说，她天天喝。第二次，她再来我就不问了。”因为距离甲秀楼近，潘潘的咖啡馆实际上不仅仅面对社区居民。但是，她的小环境里，这个社区确实有很多老年人。打交道多了，潘潘觉得，“开在外面的咖啡馆老年人未必会去，因为觉得那是年轻人的场所，会有界限感。但是，这是开在他们小区的咖啡馆，是他们的地盘，可能就没有心理负担”。

潘潘店门口的海报上，是两位老人并排喝咖啡的背影。“这不是摆拍。其中一位老人是住在这个小区的，她看小区里开了咖啡馆，约她的闺蜜过来一起喝咖啡。这两个人坐在这里就吐槽老伴不陪着出门之类的。当时我还有熟客在场。他说老了以后，他也想来喝咖啡，而我还在里面冲咖啡。我想一想这个场景，都会觉得很感动。”潘潘说。

咖啡带来的微小幸福

好事咖啡在贵阳的新城观山湖区，贵阳本地人习惯称这里从前的名字金阳，从老城的中心开车过去大概有十几公里的距离。贵阳的老城虽然也是高楼林立，但有高低起伏的步行道和窄巷、有稠密的人口，有已经成为贵阳城市辨识度一部分的老街和老店。新区则跟每一座大城市的CBD差不多，类似的若干家开发商开发的类似的商业广场，里面是类似的写字楼和公寓。周边没有居民小区，这里上班的人们主要还是回市区居住，只有一些留在贵阳工作的年轻人会租住在公司附近的公寓里。公寓的租金在贵阳市算是贵的，一般会把loft隔成两层，配两把钥匙，租给不同的人，每月的租金在1500块钱左右。这里是都市白领文化和白领生活集中地。

去到商业广场的一层楼需要乘半层楼的扶手梯，好事咖啡正对着电梯，它占据了一个转角的位置，非常醒目。好事咖啡的店主罗埝语已经开了两家店，这一家店周围是很多建筑设计公司、律师事务所。另外一家店也开在金阳，店对面就是中国人民保险的大招牌，那边是贵州省内很多银行、金融机构的总部。罗埝语的咖啡，就是为这些建筑师、律师、金融机构从业者们服务的。咖啡馆里早上客人就不断，跟老城区咖啡馆里闲适的气氛不同，这里有浓郁的商务氛围。穿西装的人来喝一杯拿铁，吃一个面包做早餐，吃完早餐随即开始打电话进入工作状态，也有三三两两的同事或者合作伙伴结伴而来，坐到少人打扰的二楼谈事。

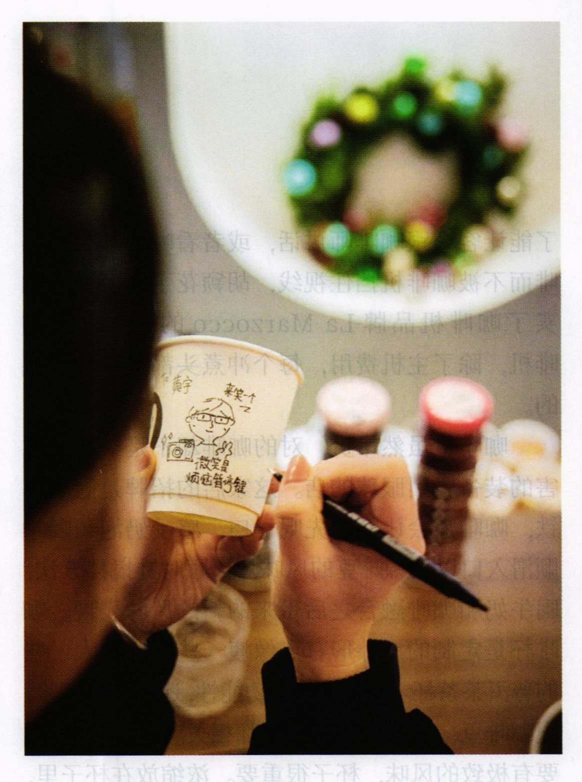
基础款的意式咖啡用的是乔治队长的拼配豆。罗埝语说："我们面对的是大众人群，大家认为的咖啡味，也就是坚果和焦糖味，乔治的豆子是保证好的。同时，它又不会有纯粹巴西或者云南豆子的苦。这款拼配豆很干净、很平衡，因为有些客人会点美式，它还有一点愉悦的果酸。"这款意式拼配豆做的拿铁，用的是明治鲜牛奶，一杯300毫升，卖25元钱。贵阳人在吃喝上不含糊，罗埝语说："咖啡不好喝的话，客人是能喝出来的，我们换了牛奶，他们就觉得不对劲。我们试过很多品牌，从前用过贵阳本地品牌山花，现在换成了明治。明治要从上海进货，但是好喝。首先要达到好喝，才能说别的。"

罗埝语已经开了7年的咖啡馆，但是说起对咖啡的喜欢，她说："就是每天希望第二天早上起床就能赶紧来到店里，测一下今天的参数，然后喝一杯咖啡。我这么多年喝咖啡最少的时候就是新冠阳性那段时间，我觉得生活好没意思啊，每天都没有什么可讨论的。"她从前是公务员，因为喜欢咖啡辞了职。"我很早以前就想要做个事情，是那种就算退休了，也要有事业。学会咖啡之后，想着要不然从低成本的咖啡车做起吧。"罗埝语说。她在新区餐饮比较集中的沃尔玛门口推了一辆小车卖咖啡。"大家吃完午饭就会来买一杯，生意很好，但就是很累。每天要做好多杯。"她后来租到了现在这个咖啡店的门面，最开始是一间商铺，后来又租了隔壁，打通在一起扩大面积，再后来又开了第二家店，生意越来越大。

罗埝语虽然面向的是大众消费者，但她自己对咖啡的专业性，向消费者推广咖啡文化依旧很重视。她跟着彭近洋上课和训练，参加冲煮比赛还曾经拿到过地区比赛的第一名。为了店内的品控有一把明确的尺子，她还考下来了通过率比较低的咖啡品鉴师。除了基础款的咖啡，她店里也有单一产区的豆子做意式咖啡和手冲咖啡。手冲咖啡，实际上销量不如意式，这里的客人工作节奏比较快，很难坐下来细细品饮。罗埝语还是以"主题"的方式，希望大家能对咖啡的了解多一点。她正在推出的是肯尼亚主题，有不同产区和豆种，还专门推出了一款肯尼亚豆子的创意咖啡。

罗埝语长得好看又爱笑，笑起来眼睛弯弯的，给人一种温馨又振作的感觉。她的咖啡馆有一个特别的地方，就是在客人的杯子上画手绘。最开

贵阳人在吃喝上不含糊，罗埝语说："咖啡不好喝的话，客人是能喝出来的。"





左图：好事咖啡为客人在咖啡杯上画头像、写祝福语，逐渐成为一间许愿咖啡馆

右图：罗埝语的咖啡馆针对白领人群，她元气满满，也温暖和治愈了写字楼里的客人们

始是因为老客经常用微信下单点外卖，罗埝语觉得既然要在杯子上写姓名，不如画微信头像更有趣。她自学了手绘，每个点外卖的客人都会收到画着自己微信头像的纸杯。再后来，杯子上的内容越来越多，罗埝语会在上面画一些卡通图案，写上一些温暖的金句。比如天气冷的时候，她画一个穿棉衣的人，写上“冷，好在有咖啡”；过完元宵节，她在杯子上画一只竖起大拇指的兔子，写“元宵一过，安心工作”。“我长大之后就明白了，不开心一天也是过，开心一天也是过，为什么不开心呢？”罗埝语说。她用这种手绘的方式，把自己的心意分享给客人。

客人们完全收到了这些温暖的心意，发展到后来，这里简直成了一间职场人的许愿咖啡馆。客人们在下订单时就在备注里写下自己喜欢的金句或者要表达的内容，让罗埝语画出手绘来。周五，有人备注“请来一杯周五咖啡”，罗埝语画了一只喝咖啡的小猫，写上“世界哪有什么感同身受，只有GOOD周五的咖啡快乐是相通的”。有人备注“小姐姐小哥哥，麻烦给我画一个超级的可爱蛋糕许愿好吗？希望最近一切顺顺利利，好事发生”。罗埝语就给她画了一个大蛋糕，写上“喝好事，好事会发生”。有人可能因为疫情太压抑，备注里写“SOE美式，帮我写一个。疫情结束后，去做想做的事，去见想见的人”。罗埝语画了黑白两只手在拥抱，写上这句话。她觉得虽然可能会有不如意，但生活还是值得一过的。她记得有一家咖啡馆的玻璃上写着“世界依旧美好，因为有咖啡馆”。她也希望用咖啡杯提醒大家，“要元气满满，每天都值得庆祝”。

“对的咖啡”：好咖啡是一种诚意

主笔 · 杨璐 摄影 · 黄宇

胡颖是中国第一个进入世界咖啡师大赛半决赛的选手。从那时到现在，她对咖啡有了更深入的理解，并且把这些理解开成一间名叫“对的咖啡”的咖啡馆。跟随胡颖的成长经历，也是咖啡产业链之旅。她说，那是在种植、处理、烘焙这条产业链上无数人持续努力，一点点进步的结果。做好一杯咖啡，开好一家咖啡馆，是种诚意。

闹市中的冠军店

为什么会写到贵阳的咖啡？咖啡这种舶来品又不像街边小吃，怎么看都跟GDP、城市人口规模、白领数量、潮流文化等相关。大概很多人会有这样的疑问。

对的咖啡会给我们答案。它距离贵阳市中心大十字街只有200多米。贵阳向新城发展，市中心虽然高楼林立，外立面却显得陈旧和失修，沿街是密密麻麻的招牌，人行道上每隔几步就有地摊，是生活化的南方城市，但也杂乱。它开在这种市井杂乱之中异常显眼，哪怕坐在车里匆匆而过，都能一眼看到它，因为像是从上海、北京或者某一个国际都市空降来的。

如果不是为了“谈事儿”，不是社恐，我觉得进这家店最好坐吧台座，这里体现了店主胡颖一颗火热的款待之心。吧台是整块原木制作的，摸起来非常舒服，像开放式厨房一样视线没有任何遮挡，又像图书馆阅读桌一样宽大。漆成绿色的冲煮头像水龙头一样从吧台面倒垂下来，一个冲煮头专萃取意式，一个冲煮头专萃取单品，还有一个蒸汽头，两台主机隐藏在吧台下面。店主胡颖非常乐于分享她的咖啡观和咖啡知识，即便是咖啡小白跟她讨论，她也不厌其烦地解答。如果遇到她在店里，客人又很愿意问问题，她能讲三四十分钟不停，像上了一堂咖啡课。所以，为了能让客人跟咖啡师讲话，或者看咖啡师制作咖啡而不被咖啡机挡住视线，胡颖花了好多钱。她买了咖啡机品牌 La Marzocco 的 Modbar 咖啡机，除了主机费用，每个冲煮头都是单独算钱的。

咖啡机虽然昂贵，对的咖啡却不是一家靠厉害的装备吸引眼球的店。这家店的招牌是冠军拿铁，咖啡师会让客人先喝一口，感受奶泡和咖啡顺滑入口以及咖啡豆的风味，再顺时针搅拌5次，喝牛奶和咖啡融合之后带来的新的风味表现。咖啡杯是定制的，外形有点像瘦一些、容积大一些的普洱茶茶杯。喝咖啡除了功能性，还有感官体验，跟咖啡豆、牛奶，甚至杯子都相关。胡颖说：“想要有极致的风味，杯子很重要。浓缩放在杯子里，既喝到咖啡的风味，也喝到奶味，达到一种平衡，比例和容器的容量就要考虑好，容器的质感还要能衬托它。所以，杯子是根据豆子和烘焙度去设计的，让咖啡能呈现出最好的状态。”

冠军拿铁的牛奶用的是店里自制的提纯奶和牛奶拼配。北方喜欢全部用提纯奶，南方的口味不太一样。咖啡师说，全部用提纯奶会黏稠，还会有点腻。拼配处理之后奶泡的重量和柔和度都刚刚好。咖啡豆用的是瑰夏，店里有水洗和日晒两种选择。水洗处理法的那杯第一口喝起来有甜橙和花香，日晒处理法的那杯第一口喝起来是焦糖饼干和白巧克力的味道，都是有层次的味道。搅拌之后，两杯咖啡的甜感都变得更加明显了，有奶油蛋糕的味道。一杯喝完，空杯子放在旁边，还能闻到杯子里残留的香气。咖啡师在给客人介绍的时候，总会讲到“这里只有牛奶和浓缩咖啡，喝到的风味都是树种带来的”，我很好奇为什么强调这件事。咖啡师说：“因为客人有时候会误以为里面加了糖浆，我们这款咖啡就是为了让大家体会到好的树种可以明显捕捉到它的原产地风味。”

（徐丹毅 摄）





1. 胡颖现在依旧会站在吧台，给客人做咖啡，为客人讲解咖啡文化

2. 卢源为了妻子胡颖能够取得更好的成绩，自学烘焙。终于帮助胡颖获得了冠军

3. “对的咖啡”是胡颖把自己对咖啡馆的想法加以实现



这里的创意咖啡加了茅台酒，具有贵州特色

说起咖啡，明显让人感觉有种“眼里容不得沙子”的较真和棱角。

包括搅拌这个有点仪式感的动作，也是有心设计的。胡颖说：“最终的目的是让大家认识咖啡。咖啡豆是有变化性的，变化性才是灵魂和精髓，吸引人去爱咖啡，做咖啡。”

胡颖是 2015 年世界咖啡师大赛中国区冠军、2016 年世界咖啡与烈酒大赛中国区冠军，2016 年，她代表中国参加世界咖啡师大赛时，进到了前十二名，是第一个进到 semi final 阶段的中国选手。她在 2005 年大学毕业之后，在贵阳一条没落的美食街上开起第一家店，十年以后，一鸣惊人。2020 年，她又创出了新的咖啡品牌对的咖啡，胡颖说：“我这家店不是按照商业运作来设计的，它其实是我的需求，我太想在这个城市里有一个舒适的空间，有最好的设备，最好的咖啡师站在这里让我喝一杯最好的咖啡。我把这些年对咖啡的理解都放在了这里。如果是做生意，在贵阳不需要这个级别的配置，GDP100 和 GDP200 的城市配置的东西是不一样的，因为市场给你的回馈也不一样。这个咖啡馆马上搬到上海、北京，一样会有很多人来打卡。”

低标准是打动不了人的

胡颖定期带店里的咖啡师们一起做校正，告诉大家哪些风味是好的，哪些风味是要规避的，让好的东西呈现得更多。她讲话时带着南方女性的那种温柔，但说起咖啡，明显让人感觉有种“眼里容不得沙子”的较真和棱角。咖啡是吃喝的东西，不复杂。胡颖说：“客人说喝不懂咖啡是咖

啡店的功课没有做足。首先豆子没有烘好；其次，对咖啡知识、咖啡文化理解不深，讲不到重点。如果只是背词，做一张卡片就好了，客人都认识字。你功课没做足，在咖啡领域就是一个普通人，为什么指望客人看到你？低标准是打动不了人的。”

胡颖不是把咖啡仅仅当作赚钱的事情。她个人的成长和自信是在从事咖啡行业，并且越做越好中积累的。胡颖大学毕业开咖啡馆的时候，对咖啡还没什么认识。她说，主要是就业指导老师讲的那些话打动不了她。“难道我后面几十年要去干我都不知道在干吗的事情吗？我想做的是选定一个目标，能够不断积累的事情。我反对那种大学毕业之后不再接受新信息和新知识的工作，我觉得那样就没有灵魂了。其实我是想开个空间，所以，卖咖啡也卖奶茶。我觉得年轻人不去网吧、图书馆，肯定还要有地方可去。”

咖啡产业链足够长，胡颖误打误撞满足了懵懂的理想，能够持续学习和精进。参加比赛是胡颖的丈夫卢源提出来的。卢源从小就喜欢体育，毕业后从事体育赛事的策划工作。卢源从大学时就很喜欢读书读杂志，获取信息，他发现了咖啡师大赛的存在。卢源说：“竞技能推动每个人找到自己的潜力和不足，验证自己是否真爱一件事。咖啡比赛是个很好的东西，第一，它让我们有机会跟优秀的从业者交流学习；第二，我们对咖啡的思考和做法能够得到反馈。我们在反馈后会有新的思考和行动。”

咖啡师比赛是一个对咖啡供应链理解的系统工程。胡颖是个为了把事情做好不惜力的人。她的价值观就是一个人再有资源、再有天赋，没有苦功夫干不成。胡颖和卢源跑产区，去看咖啡的种植和处理。卢源说：“不跑产地的话，某些产地信息和真实的可能对不上。2018年，胡颖参加比赛用的是哥斯达黎加一种叫做et47树种的豆子，它是90年代哥斯达黎加咖啡研究中心作为防叶锈病的树种送给塔拉珠地区农民种植的。我特地去了一趟，看这个树种是否存在，给我们的信息是否真实。”他们买了烘焙机。卢源零基础开始学习烘焙咖啡豆，全力支持胡颖参加比赛。胡颖说：“不接触咖啡采购和烘焙，我感觉就没办法明白咖啡的来龙去脉。我所有的知识都是孤立的，对杯子里风味的理解没法升级。”

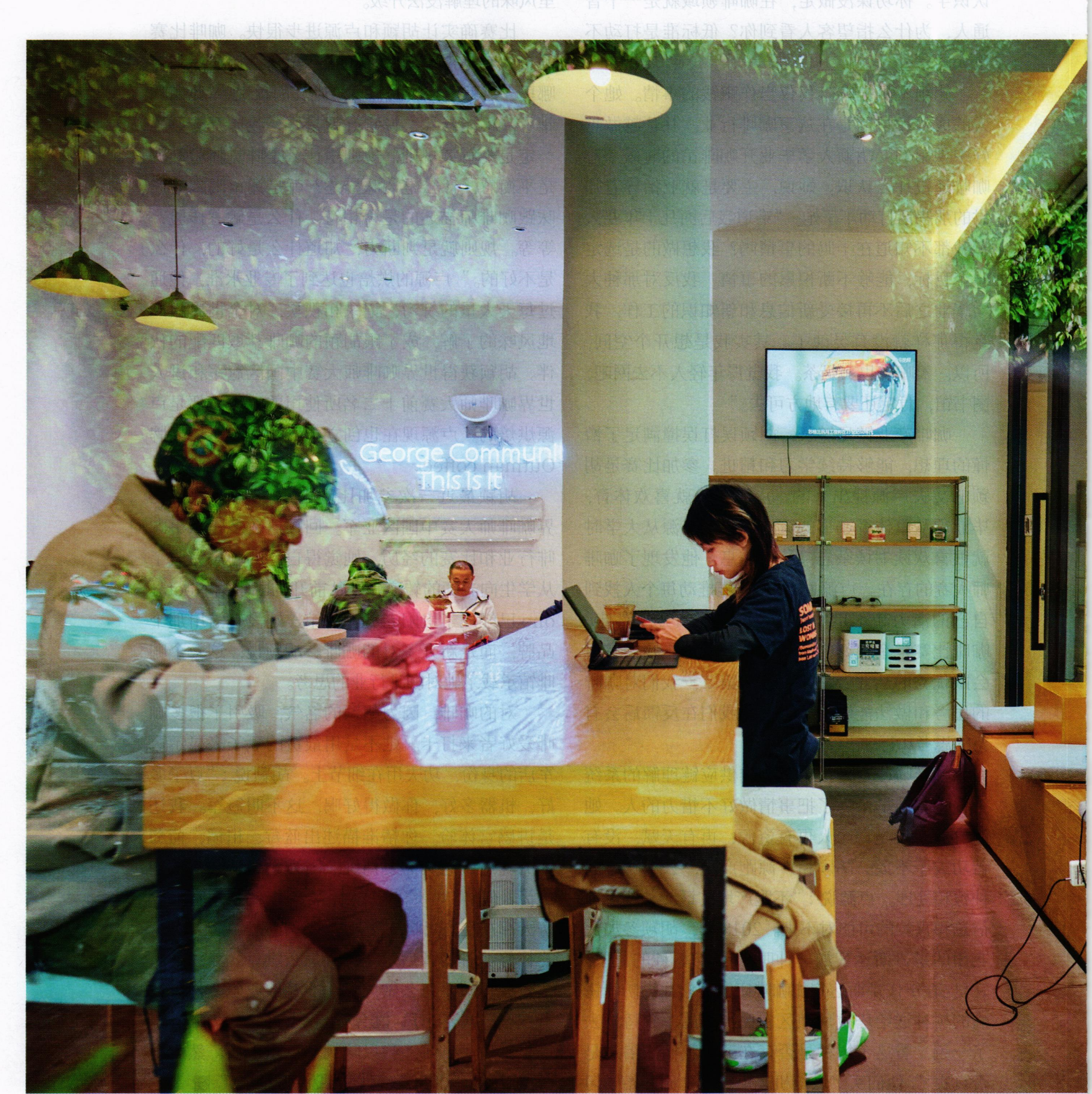
比赛确实让胡颖和卢源进步很快。咖啡比赛的目的就是帮助咖啡师和咖啡馆知道行业标准在哪里，这就是比赛的打分规则。胡颖说：“比如咖啡豆，不能我凭空说它好就是好。我比赛选豆子一定是先解读规则，规则里什么是味觉体验？就是平衡感，什么是风味描述？就是评审喝到的风味跟咖啡师描述的是否相符，什么是触感体验？等等。规则就是判断力，知道什么是好的，什么是不好的。”卢源的烘焙也达到了专业水准，他通过每天大量的练习、记录和积累，对全世界原产地风味的了解，成了跟胡颖的咖啡萃取匹配的伙伴。胡颖获得世界咖啡师大赛中国区冠军和进入世界咖啡师大赛前十二名所使用的豆子，都是卢源烘焙的。卢源现在也创立了一个咖啡烘焙品牌Outman coffee。

胡颖最近一次参加比赛是2018年，获得世界咖啡师大赛中国区亚军。回顾这么多年从事咖啡行业和比赛的经历，她觉得自己的心态完成了从学生向老师的转变。她从前开的咖啡馆Nectar one已经成了贵阳老牌咖啡馆。她没有沿用那个品牌，而是新开了对的咖啡。胡颖说，这一个咖啡馆承载了她对咖啡行业的思考。

对的咖啡，因为胡颖的名气，吸引了很多咖啡爱好者来打卡。她不是用最贵的豆子来显示冠军店的身份，功夫用在细节上。胡颖说：“豆子多好、机器多好，你做得好喝，这不叫冠军。我还是讲感官体验。你精准描述出蓝莓、柑橘、葡萄柚的味道，这些需要训练，因为大脑里没有这些记忆。但是，对所有人来讲，品鉴是不需要训练的，每天都在吃吃喝喝，又苦又涩肯定是喝得出来的。一杯好咖啡的背后是，每天怎么烘豆，养豆期怎么管理，水要怎么做，具体的萃取要怎么做，没有这些，喝不出风味层次。我去过的一些咖啡馆说是做精品咖啡，我只喝到一点点木质，然后是一点点什么风味，我就觉得没有诚意了。”

“乔治队长”：不接受自己不进步

主笔 · 杨璐 摄影 · 黄宇



“乔治队长”开在文昌阁附近，因为彭近洋在咖啡行业的知名度，常有爱好者慕名而来

作为去年世界咖啡冲煮大赛中国区冠军，彭近洋即将代表中国参加6月份的世界咖啡冲煮大赛。彭近洋实际上是咖啡烘焙师，他是为了在烘焙上持续进步才参加比赛的。一杯好咖啡的决定因素里，豆子烘得好所占比重非常大。彭近洋的成长，其实也是过去十年，中国精品咖啡如何走来的缩影。

无差别冲煮法

Captain George（乔治队长）在贵阳的太平路上。这是现在贵阳年轻人非常喜欢逛的一条潮流饮食街，不长的小路上，挤着咖啡馆、精酿馆、日料店，以及跨界饮食空间、贵阳本地的小吃老字号。到了晚上，路边停满了车，是网红后备厢集市。跟北京、上海常见的咖啡馆里手冲豆单上4支到6支豆子不同，这家店的豆单种类非常丰富，最贵的“特选系列”是冲煮比赛用豆和竞标豆，有3支，接下来是“精选系列”，有6支，日常咖啡的系列“随和且挑剔”，有12支豆子。这些豆单基本覆盖了不同产地、豆种、处理法，像精品咖啡世界的一个简要说明。咖啡豆的管理对咖啡馆来讲是件有要求的事情，这么长的豆单，大概率说明这家咖啡馆自己有烘焙工厂。我点了一杯手冲，咖啡师特意告诉我，“我用的是无差别冲煮法”。

无差别冲煮法是这家咖啡店的老板彭近洋参加2022年世界咖啡冲煮大赛获得冠军时，使用的创新冲煮法。对咖啡了解不深的人大概会觉得这些咖啡比赛距离日常生活太远，无差别冲煮法却是跟大众人群有关系的事情。它是为了帮助咖啡小白也能做出一杯好咖啡而研发的冲煮方法。在B站、小红书或者视频号上，很多博主在教大家用这种冲煮法做咖啡。彭近洋虽然以咖啡冲煮选手的身份参赛，实际上的身份是咖啡烘焙师。他创立的咖啡烘焙品牌“乔治队长精品咖啡”是淘宝上精品咖啡豆的头部卖家。他的咖啡豆既供应给C端的咖啡消费者，也供应给B端的中国各地的咖啡馆。

彭近洋最近大量时间都花在烘焙工厂里，他的同事今



（徐舟毅 摄）

左图：彭近洋是去年世界咖啡冲煮赛中国区冠军，他其实是烘焙师，为了精进烘焙技术才去参赛

右图：贵阳的年轻人买了小吃再到咖啡馆的外摆喝上一杯咖啡，生活闲适

年要参加咖啡比赛，他给同事做比赛助手。同时，他6月份要代表中国去参加世界咖啡冲煮大赛，自己也要训练。他的工厂占了工业园里一栋办公楼的整层。等待彭近洋的时候，工作人员到茶水间帮我接了一杯咖啡，酸质明亮，有明显的花香，有点像瑰夏。彭近洋说，为了让公司里包括打包的员工们熟悉咖啡，他们每天都要把咖啡冲好放在保温壶里，大家随时来喝。我喝到的是一款埃塞俄比亚的叫作74110的豆种，这支豆子在传统水洗处理法上加入了湿发酵，所以有复杂多变的风味。

无差别冲煮法的灵感实际上来自彭近洋工作中最大的烦恼。咖啡豆卖到千家万户，他不知道消费者家里用的是什么样的磨豆机，什么样的研磨度，什么样的咖啡机，什么样的水温，放了多少咖啡粉，甚至不知道用户是不是像泡茶一样直接把咖啡粉泡在水里，这里每一个变量都会影响咖啡好不好喝。彭近洋说："下雨气压变化，咖啡都会不好喝。一个普通消费者把咖啡煮得不好喝太容易了。不好喝，我就会得到差评。我们公司的售后都要请心理医生，因为每天要面对各种各样的投诉。有个女孩本来是个性格很温柔的人，有段时间去售后帮忙，结果变得特别暴躁，还说脏话。"他于是想推广一种冲煮方法，大多数人都能理解和学习，也适用于大多数的咖啡豆。

无差别冲煮的具体做法是把冲煮分成三个阶段，每个阶段30秒。第一阶段固定使用水粉比1 ：2.5，第二阶段固定使用水粉比1 ：5.5，第三阶段的水粉比是1 ：X。彭近洋建议第一次冲煮X可以是5，如果觉得太浓就调整为6，如果觉得太淡就调整为4。彭近洋说："第一阶段这个水粉比是让咖啡豆快速浸润和排气，第二阶段这个水粉比能够快速提高咖啡的甜感表现。第三阶段是浓度的调整，因为每一支豆子应该用不同的水粉比来表现它的平衡感。"

"X"使得无差别冲煮法的水粉比不是固定的，这跟市面上流行的方法不太一样。彭近洋一直在强调水粉比，因为他认为这是对咖啡影响最大的因素。"我觉得从前大家关注的重点可能对做咖啡没那么有效。我们研究研磨度、粉床管理、水的调配、新的壶、新的滤杯，七七八八什么都动

过了，就是水粉比没有变过。我们去看美国精品咖啡协会的冲煮六要素，第一条就是水粉比。它说的是合适的，并没有硬性规定水粉比是1∶15或者1∶16嘛。我们很通俗地去想这件事，咖啡豆有不同的树种、不同的海拔、不同的处理法，它的有机酸含量肯定是不一样的，同样用1∶15的比例去冲咖啡，会不会一个豆子很酸，另一个豆子没酸味？我做这件事最关键的是想强调水粉比这件事。这件事搞清楚了，咖啡冲得可以达到80分，不能说前80分不去抓，使劲去研究后面那20分。”

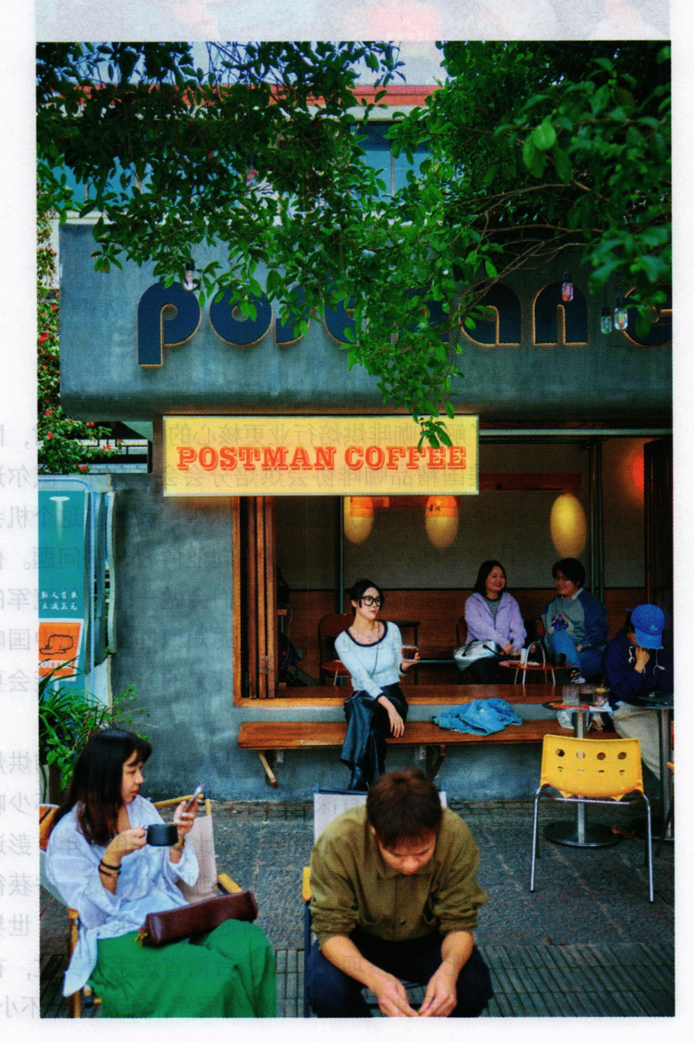
6月份的世界咖啡冲煮大赛上，彭近洋会使用无差别冲煮法的2.0版本。他说：“很多朋友跟我讲，如果我打世界赛成绩还不错，无差别冲煮法可能会非常火。大家可以好好去试试，它可以快速让人煮出一杯具有精品咖啡调性的咖啡。现在已经有很多冲煮赛评委在用我这个冲煮法了。”

烘焙要一直进步

彭近洋头脑很灵活。他是1991年出生的，但是贵阳好几个“80后”咖啡店老板都管他叫老师。因为他“出道”很早，成名早，很年轻就给大家上课了。高三那年，他以不同意让他开咖啡馆就不参加高考为条件，让父母同意他开了第一家店。“我的成长跟别的小孩儿不一样。我从小就决定要自己做一件事，不上班，不当公务员。我小学六年级开了一个网站，就赚了不少钱。后来，我打球也很好，曾代表贵州省去参加过三对三全国赛，回来后我就搞了训练班收学生。我不想读大学，或者出国花四五年时间再回来干。我不想等了。”

彭近洋最初是因为喝到了耶加雪菲的花香，才对咖啡感兴趣的。“我觉得这个东西有点神奇，非常想去弄清楚为什么会这样。”彭近洋说。兴趣点在咖啡本身而不是咖啡馆的文化和氛围，很容易往产业链的上游走一步，涉足烘焙领域。彭近洋刚读大学的那个生日，生日礼物就是一台咖啡豆烘焙机。“那时候店里还不敢用我自己烘焙的熟豆，我就想先买来试一下弄不弄得出来。但我烘出来的味道不对，那就慢慢学呗。”彭近洋读书的时候时常翘课，但对感兴趣的事情，勤奋又钻研。他最开始是买了很多书自学，烘出来的豆子还是没有市场认可。他开始去结交国际一流的咖啡烘焙师，请人当老师，做朋友。

彭近洋属于互联网一代，他并不觉得生活在西南一隅会影响对知识的获取。“我觉得是互联网时代了，可以通过更简单的方式获取更多的信息。我跟国外的老师请教，参加台湾省举办的烘焙比赛等等，完全是通过互联网联系的。”彭近洋通过网络得知世界咖啡烘焙赛冠军、来自台湾省的赖昱权正在大陆做巡回分享，就邀请他把贵阳列为一站。“我非常认可的一个观点就是知识是用钱买的。我愿意付费邀请他来贵阳开一天的短暂课程，分享他的一些烘焙想法。”跟赖昱权成为朋友之后，彭近洋经常跟他一起聊烘焙，向他请教问题，并





太平路现在是贵阳年轻人喜爱的潮流饮食街，这里自发形成了后备厢市集

且了解到咖啡烘焙行业更核心的信息。“当时，刚好美国精品咖啡协会烘焙分会会长尼尔·威尔逊（Neal Wilson）在中国搞认证，我也借这个机会认识了他。我经常发邮件向他请教一些问题。他有非常多的资源，所以我们会做一些国外冠军的课程。这些老师给我建立的知识框架，比中国咖啡烘焙行业传统的师傅带徒弟的方式，可能会更好一点。”彭近洋说。

烘焙最终都是为萃取服务的，一个好的烘焙师一定对萃取有深刻的理解。所以，中国不少咖啡烘焙师会去参加咖啡冲煮比赛。2016 年，彭近洋参加台湾省举办的大港杯咖啡烘焙赛，并获得了冠军。台湾省精品咖啡起步早，很发达，世界咖啡比赛的多项冠军都被台湾省选手得到过，在这样高手如云的平台上获得冠军，难度本就不小。他还想烘焙得更好。“我烘焙达到一个中等水平之后，就想找到一个更激烈的平台，逼迫自己多花时间研究，多进步。我不能接受自己不进步的状态。冲煮比赛有一项很重要的环节就是要把豆子烘得好喝。日常生产中可能不会对你很严苛，但比赛有竞争性，会逼着你去做很多事情。比如这个豆子究竟是养三个半小时还是养三个小时零五十分钟，平时不会这样做的，那只有通过比赛，让自己对整体工艺、萃取的原理更了解。”彭近洋说。

彭近洋打冲煮比赛，请的依旧是名师——2016年世界冲煮大赛冠军粕谷哲。粕谷哲当时开创了一种 4 ：6 冲煮法，通过控制分段注水量来自由调节咖啡的酸甜度和浓淡。彭近洋说：“那个方法真正会用的人应该不多。大家都是通过他的视频了解怎么煮的，但并不知道他研磨多粗，下面的准备工作是怎么做的。我喝过使用他的冲煮法的咖啡师做的咖啡，跟他自己做给我的咖啡是有区别的。”彭近洋说。咖啡豆的情况也影响了冲煮方式。“我认为他那种方法适用于发酵型处理法的豆子，如果是水洗处理法或者普通的咖啡豆，以那个水粉比和萃取时间，萃取的物质肯定是不够的。”彭近洋说。他于是创立了自己的冲煮方式——无差别冲煮法。

今年 6 月，彭近洋将代表中国去希腊雅典参加世界咖啡冲煮大赛。他现在拜托了很多人从国外帮他选豆子。作为烘焙师和冲煮比赛的冠军，他对于选咖啡豆有自己的审美。他说：“几年前中国流行过重发酵的豆子，因为发酵可以支撑出一些新的风味。我个人不喜欢发酵味道，我喜欢水洗处理法，有很明显的花香，很甜的蔗糖的质感。我想做烘焙师的时候就是被豆子本身有花香打动的，我还是喜欢豆子本来就很好，管理很好，烘得也很好，然后出那种很甜的花香。从前打比赛，我会猜选什么豆子能拿高分。后来成熟了，越来越不在意成绩了，我还是回归自己的喜好。”彭近洋在夺冠的那场比赛上，用的是一种水洗拼酵母发酵的豆子，他说：“那个发酵很轻，有一种蔓越莓的口感。我的审美就是那种日晒和水洗的中间地带，大家不容易分辨出来的。我这一次打比赛，也希望找到那种又有水洗的干净和明亮度，但风味和调性要比水洗更魅惑、妖娆一点点的豆子。”



1

（王建康 摄 / 视觉中国 供图）



咖啡节也下沉了

主笔 · 杨璐

疫情期间，城市的餐饮行业受到了冲击，咖啡节却令人意外地大发展。这其中有疫情让大家珍惜这种宝贵的相聚，也是最近几年咖啡下沉的直接反应。一个成功的咖啡节，需要有足够多的咖啡馆和咖啡消费者来支撑。疫情过后，咖啡节更热闹了。它在这几年里超越了咖啡行业本身，是线下流量池，是营商环境开放和国际化的展示。疫情后的中国，消费回暖和人心振奋都需要这一杯提神饮料。

疫情里，独立咖啡馆的韧性

北京今年的春天来得很早，2 月底的夜晚走在路上都能够感觉到春风温柔地拂面而过。疫情的萧条仿佛没有发生过，已经过了交通晚高峰，东四北大街上车灯如河，只能缓缓向前。拐进东四六条胡同不远，就是 1/4ONE QUARTER COFFEE LAB。按照北京人的生活习惯，到了傍晚喝咖啡的人就减少了，这家店过了晚餐时间却还有六七成的客人，单纯为了喝一杯或者跟咖啡师交流的客人围着吧台坐满了，约人聚会的则坐在楼上。

主理人张艳从一个咖啡节上赶回来接受采访，按照普通人的想象，开咖啡馆是从职场逃离到桃花源。实际上起码从 2020 年初以来，完全不是那种样子。张艳在互联网公司上班的时候，每个月出趟差，辞职开咖啡馆，出差强度居然更大了。2021 年，她参加了 13 场咖啡节。2022 年，疫情更为严重，全国只要能办起来的咖啡节，她几乎都参加了。

（蔡小川 摄）



（蔡小川 摄）

上图：张艳（右一）用坚韧勤劳带领1/4coffee 渡过疫情难关

下图：开在东四胡同里的1/4coffee 现在成了各地咖啡节上的常客。推广了自己和北京咖啡



（视觉中国 供图）

2



（视觉中国 供图）

3

1. 2022年7月28日，2022世界咖啡冲煮大赛中国区总决赛在苏州工业园开赛

2、3. 2021年10月29日，上海第六届陆家嘴金融城咖啡文化节现场

疫情之前，上海、北京等城市的咖啡节是爱好者的大派对。疫情三年，是咖啡节让很多独立咖啡馆活了下来。

张艳的1/4ONE QUARTER COFFEE LAB从2019年开业就很顺利，客流量非常大，根本不用担心营收压力。即便2020年初，疫情已经发生，她对未来都很乐观。2020年7月份，她和北京另外几家胡同咖啡馆一起到商场里开了新店。商场店其实比胡同店的经营难度大，它的租金更贵，营业时间要跟商场同步，但北京人喝咖啡的时段却没有那么长，傍晚之后的时间几乎是闲置的，并且流水低的店会被商场淘汰。张艳说："我以为疫情到了2020年夏天，天一热就结束了。完全没想到后面还有更艰难的日子要过。那一年夏天，北京暴发了一波疫情，我们商场里的新店正在装修，受到疫情影响，新店的客流没有起来。"再后面，人员流动的减少影响了老店。东四北大街距离故宫、王府井、后海、三里屯都在3公里以内，"我们老店在网上热度很高，外地、外国的游客逛完景点想打卡北京特色的咖啡馆，一搜就能搜到我们。这部分客流占我们店20%左右。疫情太多波了，我记得2021年10月31日是万圣节，那几天我们营业额还很好。11月份开始，外地进京出台了新政策，我们营业额直接下滑20%到30%"。

魏然的熊煮咖啡开业于2017年，第一家店在白塔寺附近。因为天台上能拍到端着咖啡跟白塔的合影，他的合伙人马辰还是咖啡比赛的选手和教练，2020年获得了世界咖啡冲煮大赛中国区第四名，咖啡馆无论在游客还是咖啡爱好者里知名度都很高。他后来还在前门、美术馆后街等地陆续开了新店，但没有熬过疫情。"正常情况下3、4月份是我们的黄金时段，流水有十一二万，疫情闹得厉害的时候，我们每天却只能卖四五百块钱。我们在美术馆后街的店开在市民活动中心里，疫情只要有风吹草动院子立刻就封。那些能营业的时候，我们门口就是做核酸的队伍。客人要想进门喝咖啡，进大门口扫一个码，进里面院子扫一个码，到我们店里还要再扫一个码。这是多么执着地想喝一杯咖啡的人才能走进我的店。"

张艳在以高压力高工作强度著称的金融和互

联网行业都工作过，做事干练，相信拼搏。她说：“如果是市场环境不好，客流量少，只要能让我努力，都是我自己的事儿。我不会有很大的心理压力。疫情有时候遇到的情况是不在我能努力的范围之内。”张艳曾经带着团队去位于秦皇岛的文艺社区阿那亚参加咖啡节，周五白天预热的客流情况很好，她正摩拳擦掌想在周末两天大干一场，赶上北京防控要求开学前两周没有外地行程。“阿那亚很多是带着孩子来过周末的北京家庭，他们连夜就走了。周六和周日，阿那亚几乎空了。我们做了核酸、填了行程码，好不容易出了北京，只能在那儿摆烂。”张艳说。

客人无法到店，咖啡馆只能去找客人。咖啡节成了疫情这个极端环境里，咖啡馆现金流的重要来源。疫情之前，张艳就受惠于参加咖啡节。她的1/4ONE QUARTER COFFEE LAB还没正式营业就参加了2019年的北京咖啡青年节，一炮而红。咖啡店开业初期，很多客人是从咖啡节上导流而来的。到了疫情期间，张艳发现咖啡节的收入可以作为门店营业收入的补充。如果是销售很好的咖啡节，3天的收入能抵胡同店10天左右、商场店小半个月左右。

2020年10月，张艳第一次走出北京，参加上海陆家嘴举办的陆家嘴金融城咖啡文化节，展位前就排起了长队。参加外地咖啡节，效果特别好。张艳说：“外地品牌是吃香的，因为当地客人没喝过。我们本身有一些品牌积累，很多咖啡爱好者到一个城市去都会先做功课。有些客人来市集就会奔着我们来。”2021年属于疫情期间相对缓和的阶段，门店收入虽然下滑，但张艳一共参加了13场北京和外地的咖啡节，收入可观，活得不错。

魏然也发现了咖啡节的重要性。他果断把不赚钱的店关掉了，租了一间大仓库存所有的物料，然后，一边观察疫情的发展，一边重新寻找合适的位置开店。工作的空当，他也去参加咖啡节。“我需要流动资金的注入，我很清楚我去咖啡节是赚钱的，但如果在店里守着，真的赚不了钱。疫情期间，我们熊煮咖啡、1/4ONE QUARTER COFFEE LAB、天津的DECADE CAFÉ，还有上海的几家店，经常能够在各地咖啡节上碰到。”

咖啡节是随着独立咖啡馆出现的

张艳在2020年第一次参加陆家嘴金融城咖啡文化节的时候，担心成本卖不回来。“我算了一下摊位费、电费、差旅费，各方面的成本加起来，我觉得挣不回来这个钱。我很感谢我咖啡店的设计方，那是一家上海公司。他们建议我参加这个咖啡节，说非常好，是拍着胸脯说的那种好。我就想尝试一下，没想到真的很火。”

陆家嘴金融城国际咖啡文化节在2023年3月底要举办第七届，补上去年疫情延期的一届，今年10月份按照常规举办第八届。咖啡节的负责人路摇说：“这是现在国内规模最大的，面向C端的咖啡节。举办的起因是陆家嘴区域比较特殊，它占地面积不大，但聚集了全球最头部的金融企业，大概有30多万白领在这里上班。陆家嘴街道希望这里不但有金融产业，也要有文化温度。咖啡节符合这样的设想。”

咖啡节创始人陈败和路摇是因为咖啡认识的，在2016年主办了第一届陆家嘴金融城国际咖啡节。“第一届是在陆家嘴滨江，直接能够看到对面外滩的万国建筑博览群。我们第一次办这样的活动没有很多经验，也没有很大的名气，全部是我们出钱搭建了场地，邀请品牌来参加。那次我们一共请来了24个咖啡品牌，其中一部分是海外的精品咖啡独立店。那次的效果很好，我们就把这件事儿持续办了下来。”

陆家嘴咖啡节随着上海咖啡的发展逐年扩大规模。根据美团发布的《2022中国咖啡消费洞察报告》的数据，截至2022年6月30日，上海咖啡门店数量为7857家，全球第一，路摇说：“第二届咖啡节来了63家品牌，第三届是88家。一直在增长。我们现在的情况是开放报名通道之后，来报名的咖啡品牌是远超计划展位的，所以，我们还需要做一下筛选，请咖啡行业内资深的老师一起讨论。如果品牌够好，我们希望尽量多一些外地、外国的品牌参与，让这边的咖啡爱好者喝到平时不怎么容易喝到的东西。今年秋天那一届，我们计划以海外咖啡店为主题，因为这三年都没有什么海外咖啡店能来参加。我们希望世界性的

咖啡品牌能够给大家展示一下他们的东西。”

陆家嘴咖啡节做得很有腔调。路摇说:“创始人陈败是做设计出身的，非常注重咖啡节的视觉呈现。展位搭建现在虽然是咖啡店自己在做，但只要他们有需求，我们就帮助他们修改，会统一出更好看的形象。”咖啡爱好者很多喜欢吃喝玩乐，向往精神生活，是对物质审美有要求的人，陆家嘴的咖啡节上不仅仅有咖啡销售，也做文艺演出、艺术展览等相关的内容。路摇说:“我们演出做过摇摆舞、爵士舞，昆曲艺术家张军老师很喜欢咖啡，是我们咖啡节的好朋友，一直参加和支持我们咖啡节。我们还做过比如摄影展、咖啡器具的展览、机车的展览等等。”即便是咖啡狂欢也要有好的体验感和秩序，路摇和同事们根据预判为参展品牌安排展位。他说:“根据往年的经验，上海本地咖啡馆 O.P.S 和北京 1/4ONE QUARTER COFFEE LAB 等咖啡节上排队比较长的品牌，我们把展位安排在空间比较大的区域，甚至设计好了排队的动线。”

跟陆家嘴咖啡节同时期，北京也有了咖啡内容的市集。创立于 2015 年的伍德吃托克是北京和全国范围内的市集和青年文化厂牌。伍德吃托克的负责人说:“我们这里有很多吃货、餐厅主理人、大厨，可以说是吃货的社交场。大概到了 2016 年，我们发现咖啡作为餐饮里一个品类，应该有对应的市场。当时，北京或者全国咖啡馆的发展已经能够撑起来市集上的细分内容。另外，伦敦有咖啡节、东京有咖啡节，北京整个的消费氛围跟这些城市越来越同步。”

伍德吃托克的市集里咖啡开始作为一个独立而重要的部分。2017 年，他们邀请了 30 家左右的咖啡馆参加，跟后来相比，数量虽然不多，但伍德吃托克的负责人觉得策展也很重要。“这些咖啡馆分为三个层次，第一层是北京十家有代表性的咖啡馆，第二层是十家全国范围内的品牌，第三个层次是来自港澳台地区和海外的品牌。那一次在现场，一个澳洲的咖啡品牌排队能从展位到路口，一杯奶咖平均要等 40 分钟。”邀请不同背景的咖啡馆来参加，除了让北京的消费者能喝到比平时丰富的咖啡，他们也希望参加的咖啡馆之间也能互相学习和借鉴。“咖啡是一种标准化程度很高的舶来品，我希望大家能够找到自己的坐标。同温层都在思考什么，比我高一层的是谁，坐标清晰，发展方向就很清晰，而不是说什么热度高大家都去做。我觉得大家能在这里找到坐标，是线下场景的魅力，也是它的价值所在。”伍德吃托克负责人说。

咖啡节不仅仅在上海和北京才能办起来。魏然是天津人，咖啡启蒙就是从家乡开始的。2011 年，他到澳洲读书，开始了探店之旅，按照当地媒体出的咖啡指南一家家喝下来。“我经常遇到那种情况，城铁转公交，再步行一公里到了一个鸟不拉屎的地方有一家咖啡馆。门口站的全是人。”魏然说。魏然在澳洲兼职时就做咖啡师，2015 年回国后，他放弃了收入颇高的白领工作，到北京当时一家很出名的精品咖啡馆里继续做咖啡师。根据魏然的观察，在他入职北京精品咖啡店之后的几个月，天津出现了第一家真正意义上的精品咖啡馆。“后来从 2018 年开始，天津的精品咖啡馆、甜品店、西餐店等等年轻化的业态就逐渐增多了。天津现在的情况跟我刚回国的 2014 年、2015 年完全像两个城市，发展得非常快。”魏然说。

天津的人均收入不如北京，但天津人在吃喝上肯花钱。魏然说:“天津有句老话，借钱吃海鲜不算不会过。咖啡这一块儿就是，你只要做得好喝，就有生存下来的机会。”咖啡爱好者丁涛也看到了咖啡在天津的潜力，2019 年，他和做咖啡师的女朋友从上海回到天津，在赤峰道开起了咖啡馆 DECADE。丁涛说:“当时天津人对咖啡馆的理解还是星巴克式的，里面比较暗。我们想通过咖啡传递一些很正向的东西，所以咖啡馆主体用了白色水磨石，简约、明亮的风格。”这家像从上海街头搬来的咖啡馆，刚开业就成了网红店。丁涛说:“我家里没有任何做餐饮行业的，我发的朋友圈影响力很有限。但是，我们店从开业第二天开始就天天爆满，一直持续到 2020 年初新冠疫情暴发。”

2021 年，天津本地影响力很大的生活方式自媒体丹丹朱的青年厨房举办了精品咖啡节。丁涛说:“2016 年，丹丹朱就曾经办过咖啡节，但后



（裴强 摄 /IC photo 供图）

2019 年 5 月 11 日，“2019 云南咖啡杯”中国冲煮大赛西安赛区——兰州选拔赛拉开序幕

面她没有持续办。2021 年 4 月份，疫情回落，能看到精品咖啡在天津蓬勃发展，她把这件事重启了。主办方本意是把天津本地的咖啡馆聚在一起。邀请我的时候，我问了一句想不想邀请一些外地品牌。他们觉得如果人家能来也挺好的。我就把邀请外地咖啡馆参加的事情接过来了。DECADE 这几年开成一个天津的知名咖啡馆，我还蛮自豪的，大家能来也间接反映了外地同行对天津咖啡市场和我们咖啡馆的认可。”

咖啡节聚集爱咖啡的人

涔奇咖啡开在南北走向的东四南大街上，落地门和窗都朝西开。晴朗的午后，即便靠墙坐在咖啡馆的最深处，也能感受到阳光照在脸上。主理人高雪说：“涔字，有一个意思是池。我们的咖啡馆是一个完全敞开的方正空间，围绕着中岛吧台是一圈观景位子。空间的主材质是白色马赛克瓷砖，它恰好是泳池的常用材料，跟我们咖啡馆的名字有呼应。”

看似“过时”的做法，其实就是遵循精品咖啡馆的本来面貌。

跟现在咖啡馆里流行用创意咖啡、特殊处理法的豆子吸引关注的做法不同，涔奇咖啡的产品显得很“传统”。涔奇咖啡的主理人费腾觉得这种看似“过时”的做法，其实就是遵循精品咖啡馆的本来面貌，有比较长从业经验的人都能理解。“喝咖啡久了的人都知道自己点什么，而不是老板推荐或者流行什么就喝什么。我的店里如果只写澳白，来了一个稍微上点岁数的人，点卡布奇诺，我不能把人拒之门外。这两种东西本来也差不了多少，会有一些细微差别。我希望我的产品能够满足对咖啡不同接触水平的客人的需求。”费腾说。

涔奇咖啡算是北京比较新的咖啡馆，高雪和费腾这对情侣却是行业里的“老人儿”。高雪从 2015 年开始写公众号《行走与咖啡》，2019 年，她在北京创办了咖啡青年节。费腾则是北京最早



（蔡小川 摄）

上图：涔奇咖啡开在东四南大街，店内设计得像个水池，对应了“涔”字



（蔡小川 摄）

下图：涔奇咖啡的店主高雪和费腾。高雪举办的咖啡青年节在北京很有影响力

一批的精品咖啡师。高雪是一个浪漫的人，上中学时就喜欢在咖啡馆里写作业。她长大后在北京做公务员，业余时间继续保持了逛咖啡馆的爱好。“公务员不适合我，我觉得很无聊。大家上班下班回家，每天讨论的事情都是家里的孩子、买理财基金之类。咖啡行业有意思，能遇到很多奇奇怪怪的人，他们都是以自己的爱好作为驱动去发展行为，考虑的不是生活里一些我想起来就觉得没什么意义的事儿。”高雪说。

高雪喜欢写作，就开了公众号记录逛咖啡馆的生活。因为心里存了辞职开店的心思，她问每一个咖啡店主为什么放弃原来的工作辞职开店，为什么要把店开成这个样子等等背后的故事，逐渐形成了自己的写作风格。高雪说：“跟普通的探店相比，我问得比较深。写的时候，我会分析这家店好在哪里。当时小红书还没有火，这些独立小店让人知道自己挺难的。我帮他们把咖啡馆的优点解释得更清楚，有点儿想帮这些小店发声的心愿。”高雪在探店的过程中

听人推荐费腾咖啡做得好喝而相识。费腾说话很少，总是在埋头操作机器做咖啡，他说自己不喜欢社交，只想专注地倒腾一些动手的事儿，咖啡可以操作机器，为了好喝还要不停地试参数，最开始接触咖啡就喜欢上了。共同爱好让高雪和费腾走到了一起。

高雪后来辞了职，专心做咖啡自媒体。她经常跟费腾一起探店，从最开始关注氛围，到关注咖啡馆的出品和它背后的产业链，越写越专业。高雪说："我的阅读量到现在都只是6000到1万的样子，这是比较窄的领域。订阅的人里面有咖啡爱好者、咖啡师还有想开店的人，他们能从里面获取到有用的信息。"2019年，在北京的77街文创园里一个空间举办了第一次咖啡青年节。高雪说："那个空间的主理人喜欢跟各种有意思的人玩。我帮别人找求婚的场地认识了这个人，他知道我是咖啡行业的，就想把北京做咖啡的人聚一聚、玩一玩。我觉得开派对能从中受益的人范围非常小，不如做一个咖啡主题的市集。当时马上就到五四青年节了，我们那次市集就叫咖啡青年节。"

因为《行走与咖啡》积累下了咖啡垂直人群，这个拍脑袋就做出的决定，组织起来很顺利。高雪说："我只发了一个朋友圈，大家就报满了。那次以北京的咖啡馆为主，一共来了27家咖啡馆。我一个南京的粉丝给画了咖啡节的海报。我也没找搭建公司，自己把接线板拿胶带粘在地上，给每家店发了一个接线板。咖啡店主把咖啡机垛上就开始干活儿了。"

这些店主和消费者主要是从《行走与咖啡》获得的信息，消费者需要买门票才能参与。这两道门槛，让青年咖啡节跟普通消闲市集不同，来的不是逛街的人，而是筛选出的高度垂直的消费人群。咖啡节会提前公布参加市集的咖啡馆名单，很多消费者是提前做好功课，直奔自己感兴趣的咖啡馆摊位打卡的。如果只是消闲逛街的人群，可能对咖啡的认识一般，消费意愿不一定高。店主各方面的收益有限，市集很难持续办。高度垂直的咖啡人群，是一场知音的相聚。咖啡店主和咖啡消费者在市集上达成交易，还能一起交流咖啡相关的事情，有共鸣，互相都很满意。

咖啡受到年轻人的欢迎，咖啡节有文化属性，还能聚集起一大批消费主力人群，这些特点很快就超越了咖啡行业，被更广阔范围的人看到。商业地产的反应非常敏锐，咖啡节能够带来人流，对商场是非常好的宣传。高雪说："有一次是跟朋友聊到王府中环里有个两层楼，600多平方米暂时空置的商铺，可以办活动。我们办了两天来了六七千人。因为人太多了，派出所所有人都来帮我们维持秩序。我和费腾连夜去派出所里听所长教育，给所长解释。我们没想到会来这么多人。那场活动之后，王府中环也很高兴，说明年我们要是再办的话，给我们一个更大的场地。"高雪后来在王府中环、颐堤港等北京的商场里都办过青年咖啡节。她说："去年开始，北京几乎所有商场做活动的人都来找过我了。我现在想的是小型活动不能做了，场地小的话，来的人太多，店主和消费者双方的体验都不好。现在想来参与我们的品牌越来越多，咖啡消费者也越来越多，场地空间就要求越来越大。"

跟陆家嘴类似，北京CBD也意识到咖啡节可以给玻璃幕墙的森林带来文化属性和提升营商环境。根据《北京日报》2022年的报道，2020年到2022年，总共有167家咖啡店择址朝阳区，其中过半位于CBD。全区咖啡店达到909家，占全市四成，万人咖啡店拥有量为2.63家，超越纽约、东京等城市。"近年来，朝阳区通过优化营商环境，简化审批流程，在写字楼集中、商圈活跃以及国际化氛围浓郁的地方，织补咖啡店等业态，丰富消费场景。"2021年开始，高雪的咖啡青年节每年都会在北京CBD举办一场。高雪说："CBD区域平时都是办公的人，周六、周日很安静。那边的写字楼、酒店和商场都属于一家地产公司，配合政府为这个区域做贡献，找我们办咖啡节，让这个区域要有咖啡香。这家公司特别尊重我的意见，配合度特别高。效果也非常好，因为是纯户外的市集。我曾经担心过户外活动下雨怎么办，但没想到真到了下雨天很多人打着伞排队买票。市集的效果好，物业方、我们、咖啡店主、来参加的咖啡爱好者，大家都很高兴。"



左图：S.O.E COFFEE是北京精品咖啡老店，一直致力于推广精品咖啡文化

右图：S.O.E COFFEE创始人魏凌鹏，是WBC世界咖啡师大赛国际评委，曾任中国咖啡师大赛裁判长

咖啡节不仅仅是卖咖啡

张艳经常是所参加的咖啡节上销量头部的咖啡店。她不是单纯地“卖货”，而是为了推出新品和给门店做宣传。“我第一次参加陆家嘴咖啡节的时候，正好是桂花季。我们在咖啡节上推出了桂花类的奶咖，当时做桂花系列的咖啡店还比较少见，我们用的不是桂花糖浆调味，而是天然桂花酱，逛市集的客人反馈就很好。第二年我再参加的时候，队伍排得都没边儿了。我们独立咖啡馆不像星巴克、瑞幸，它们推出新品后，连锁店、广告铺天盖地宣传。如果没有咖啡节，我们的新品是客人不到店里根本不知道的。”张艳说。

因为开咖啡馆和跑咖啡节都很熟练，张艳现在每个季节会推出应季的咖啡，带着这些产品参加当季咖啡节，甚至还能针对南北方的口味差异带不同产品。张艳说：“我们有一个叫作满陇桂雨的特调，它是抹茶桂花燕麦奶配深烘的豆子，是一款非常浓郁的产品，北方的咖啡节上特别受欢迎。到了南方就比较受冷落，小红书上还有人给它差评。我们还有一个叫作山丹丹红艳艳的特调，它是冷翠咖啡加山楂。北方人喝到它没什么情感。我们把它带去上海、南京、厦门、广州等南方城市就特别受欢迎。很多南方顾客喝我们的特调给到的评价是清爽，我一开始没明白这是在说我们咖啡寡淡吗，后来才知道清爽是南方人一个好的评价。”

咖啡节最初是喜欢咖啡的人的市集，也应该像精品咖啡馆里一样，有关于咖啡方面的交流。高雪说：“咖啡应该跟生活的各方面连接，不是单纯的展销会。比如，我邀请过清华大学的一个团队给大家分享气味是如何被收集的，现场用他们的装置收集咖啡的味道。我还邀请过无锡的一个团队，他们用咖啡渣做产品。我对咖啡店的选择



（蔡小川 摄）

也是要看这家店的专业度和是不是很热情地参与其中。大家聚在一起，都要很热情地招待和跟客人交流，单纯就是来卖货是不行的。”

魏凌鹏是中国最早一代的精品咖啡爱好者，是WBC国际咖啡师大赛国际评审，他的S.O.E COFFEE是北京最早的精品咖啡店之一，同时他还有一个咖啡烘焙品牌八平方咖啡。中国早期的精品咖啡从业者对于推广咖啡知识和咖啡文化很有热情和责任感，魏凌鹏一直都在用他自己的方式做这方面的事情。“伍德吃托克和陆家嘴咖啡节最早举办的时候，我就参加了。我当时带了6支豆子，消费者花10块钱可以得到一个小的品尝杯，喝任意三种咖啡。那时候的想法是让大家有机会多尝尝咖啡，体验精品咖啡的多样性。所以，我这6支豆子来自不同产区、用了不同处理法，特点差别很大。另外，大家来到咖啡节上这儿买一杯，那儿买一杯，喝好几杯了，喝不了那么多。大家到我这里，一个小托盘上面三个小杯子，效果很好。我们第一天就卖了1000多份。”魏凌鹏说。

魏凌鹏很快意识到这种市集是推广咖啡很好的平台，不断升级他这种让大家多尝尝咖啡的做法。“后来到了北京的咖啡青年节，我就不拿那个小纸杯了。我们选了一种咖啡渣做的小杯子，消费者花39元买这个杯子，我带去的这些咖啡可以随便喝。比如说，你买了杯子喝了一次，逛了一圈回来还可以继续喝。这个杯子，你今年买的，以后也可以用。熟悉我们的客人去市集前，如果知道我们在，就会带着杯子来接咖啡。”

这种方式在北京、上海等地的咖啡节上做了三四年，效果很好。魏凌鹏说：“我们这种模式很多人都觉得好，包括做咖啡渣杯子的品牌，我都给他介绍了好多生意。很多同行问我，这杯子哪里买的。”2021年4月，魏凌鹏在西单更新场把它开成了咖啡店。在这个细长形的咖啡店里，一字排开8个黑色的带水龙头的保温桶，里面分别装着不同产地的精品咖啡，顾客付款后可以得到一个大杯子和一个品尝杯，用品尝杯品尝8款豆子之后，再用大杯去接最想喝的那支。

无论市集上还是在店里，这些不同产区、处理法、豆种的豆子，价格有高有低，更新场刚开业时，其中一桶里装的是2021年哥伦比亚国家咖啡品质大赛总标金最高的豆子，市集上也带过比较好的瑰夏。S.O.E的团队并不在意大家如果只去接贵的豆子怎么办。S.O.E团队市集负责人郭紫祎说：“成本之外，我们主要是想大家一次能品尝得更多，找到自己喜欢的口感。这么多市集跑下来，传统处理法的埃塞豆其实还是占了大家喜欢喝的大部分，另外一部分口感比较偏深烘的，就是大众理解里的咖啡味。我们参加青岛市集的时候带了一支巴拿马的带标瑰夏，有的人说这个味道他不喜欢。我们经验里贵的大概率是好的，顾客们先去试一下，喜不喜欢就另说了。”魏凌鹏有咖啡豆烘焙品牌八平方咖啡，咖啡爱好者在市集或者店里尝到自己喜欢的豆子，可以当时或者在网上下单买豆，这种方式不但让大家多尝了咖啡，也推广了咖啡豆。



梧桐咖啡开在五道营胡同里，虽然身处景点，却开出了社区店的感觉

咖啡节卷了起来，咖啡店不太够用

梧桐咖啡开在北京五道营胡同里，是上下两层。从外面看，它像一个透明的玻璃房，上到二楼有俯瞰五道营胡同的露台。“上房揭瓦”一直是社交媒体上北京一些咖啡馆的特色，是网红打卡地。工作日的上午10点刚过，咖啡馆里上座率能有六成，到了午饭时间，一楼几乎坐满。令人意外的是，这个看似网红打卡店里，客人大部分是中年男女，看得出来很多是常客。一位穿着衬衫西裤的中年男士一进店，老板张羽说：“让我们猜一猜你今天喝什么。”顾客、老板和咖啡师都一起乐了起来。从张羽接手梧桐咖啡，都已经过了8年的时光。五道营胡同里开店来来去去，经营并不容易，张羽开咖啡馆有独到的地方。她开玩笑说：“我们把景点店开出了社区店的感觉。”

疫情三年，张羽这里跟其他咖啡店一样，过得不容易。张羽说：“五道营胡同里总能见到一个人都没有的时候，从咖啡馆门口能一眼看到雍和宫的红墙。”为了保住咖啡馆、保住一起工作的小伙伴，最艰难的时候，咖啡馆里采用了轮休，谁的房租压力大谁来上班，不来上班的就不领工资。

张羽在2020年新冠疫情暴发之后，也是咖啡节上的常客。咖啡馆进门左手边的墙上，就贴着她参加的部分市集的海报。张羽说：“走出北京的初衷是希望能有更多外地的咖啡爱好者知道我们，当他们有机会来北京的时候可以到店里坐坐。能不能赚回成本，没想太多。试试嘛。”她没有像其他店主决定参加前先打听一下这个市集的销售情况，全凭喜好。“我没去过南京，就决定参加南京的咖啡节。那个市集是在玄武湖办的。布展只有我自己去了，用板儿车堆得满满的，拉了五趟。

每趟要走20多分钟。我以为玄武湖是个公园，公园能有多大。朋友打电话笑话我，说那是周瑜练水军的地方。”

南京咖啡节的客流没有让张羽亏本。张羽说：“南京那一场，其实就是排大队的一个状态。我们卖到后来，我说牛奶没有了只有黑咖可以吗？客人们说，可以呀。卖黑咖啡，卖到冰块没有了，我说，冰块没有了，只有热的咖啡可以吗？客人们说，可以呀。排在后面的人可能也不知道他们在排啥，然后慢慢跟着队伍往前走。卖到后来，我说，只剩下酒了可以吗？客人们说，可以啊。”

疫情期间，餐饮行业受到巨大的影响，咖啡市集却发展得很火爆。郭紫祎因为负责S.O.E COFFEE的市集项目，跑了很多个城市。她说：“疫情期间，市集已经不分一线、二线、三线城市的消费力了。这是人们为数不多能聚在一起的时候，可能大家憋得太久了。只要是能够办起来的咖啡节，无论哪个城市，人流都非常多。”

咖啡市集在中华大地上次第开花。在北京，咖啡节已经下沉到街道。朝阳区围绕北京建设国际消费中心城市，正在着力打造美食之城、咖啡之城、时尚之城。国贸所在的街道区域里办成功了咖啡青年节，三里屯所在的街道区域里办了三里屯潮玩青年咖啡节，亮马河所在的区域街道里办了亮马河畔咖啡文化节。在南京，咖啡节也很有群众基础。张艳说：“南京咖啡节在玄武湖，自然环境好，南京消费力好，南京咖啡行业专业度也很高。很多老板、咖啡师都是在上海市场上培养起来的。”在厦门，2022年12月一个月里就办了两场咖啡节。魏然说：“厦门的咖啡节，只要展位前有人排队，后面就有跟着排的。我忙到只有三个动作，就是点单，收钱，做咖啡。顾客对店主也不聊，不打听，不问，只要有的卖就买。”在广州，2023年春节前后也有不同主办方举办的咖啡节。魏然说：“人流量多到可怕。”

连既不是一线城市，也不是旅游热门城市，也不是潮流城市的地方也在办咖啡节。资本推动咖啡去到低线城市是一个热门话题。星巴克中国发布的2025年中国战略愿景，计划到2025年增开3000家门店，覆盖300多个城市。这300多个地级市里包括近3000个县域市场。本土的瑞幸、幸运咖和库迪咖啡则已经在下沉市场上贴身肉搏了。这些动作加速了咖啡在中国的推广。魏然说：“我们近期要去参加两个咖啡节，一个是在广西南宁，一个是在吉林延吉。南宁的咖啡节行业里的人说是不错，我们今年想去看看。延吉也是朋友推荐的，你可能想不到，延吉现在满大街咖啡馆。所以，那里也能办起来咖啡节。”

咖啡节多到咖啡店的人手已经不够用了。魏然说：“春节前，我伙计要回湛江过年。我和他就到广州来参加咖啡节，同时，天津有一场咖啡节。我的合伙人马辰去参加了那个。”咖啡市集是个看起来很容易、很热闹，其实需要门道的活动。张艳在疫情期间就曾经参加过效果一般的咖啡市集，按理说，那两个城市的咖啡接受程度和消费能力在国内都排在前列，可选址、预热、主办方号召力等等各种各样的因素，导致客流没有达到预期。

疫情结束了，门店已经恢复正常营业，有些咖啡市集就要进行筛选。魏凌鹏刚刚对他公司的架构进行调整，市集归到专人负责。他重视市集，但也要看当地的消费水平、主办方的能力和市集的影响力。魏凌鹏说：“现在对我们来讲市集太多了，精力跟不上。在本地还好，去到外地，我们一次带6到8支豆子，机器和保温壶等等发货到当地成本很高，再加上差旅费等等，我们虽然不一定要赚钱，但这样可能会赔好多钱。有的市集展位很小，我们的这些机器摆不开，那就只能以特调为主。”

咖啡现在自带流量，但盲目地卷，未必有好的效果。有号召力的咖啡馆和真实的咖啡消费人口才能让咖啡节年复一年办下去。疫情已经翻篇，咖啡也得回到正常的轨道，围绕出品一杯好咖啡做事情。张羽最近计划开一家特别的门店，像是咖啡市集的常驻版本。她邀请全国知名的咖啡馆来驻店经营，每家店经营一个月。她说：“因为市集环境的限制，咖啡店没办法进行充分的展示。开店一个月，能让没有机会去外地的北京顾客喝到各地的好咖啡，也能让同行之间更深入地交流。”



“飞鸟屋”是少见的八角形建筑

江门：挣脱“调饮”和“华侨味”

记者·驳静　摄影·张雷

如果不是因为电视剧《狂飙》，很多人没机会听说江门。江门柏顿咖啡的创始人林卫强2021年去北京参加咖啡展会，发现仍然需要搬出“做陈皮出名那个新会”，以此为同行划定江门坐标。这座与广州相距两小时车程的城市，位于广东省南部，总人口300多万，同时代管新会、台山、开平和恩平，当地人称其为“五邑地区”。此地多华侨，其中以台山最为出名。

如果在台山的咖啡馆，看到隔壁桌上了一壶手冲咖啡，除了杯子，还配了一壶牛奶，还请不要见怪。台山人喝咖啡，有年头的，不是这几年咖啡浪潮风起云涌后才开始跟风，略略追溯，就可以数到100年前。关于这一点，台山人保留了证据，台山博物馆里有一件生锈铁罐，印有“HILLS BROS COFFEE”字样，80年代由一位姓陈的台山人捐赠，陈列里另有法国生产的手摇磨豆机、镀银咖啡壶，日本生产的咖啡杯等咖啡器皿。都是出去国外讨生活的台山人回乡时，带回来的时髦特产。所谓“老华侨味”，除了台山老城区密集的骑楼和风格混搭的建筑外观，当属深入而固执的咖啡偏好——加奶加糖，深烘。

我们抵达的3月初，江门人还沉浸在“狂飙热”的余韵当中。特来取景地打卡的客人，多少也会流向本市咖啡馆，有咖啡主理人告诉我说，有走进来的游客跟她抱怨，“你们江门的咖啡有点难喝”。问客人去了哪里，一听，是那种典型的网红咖啡馆。不像北京、上海这样竞争激烈的城市，如今所谓网红与非网红之间，不再泾渭分明，出品与特色兼备，才能在密集的咖啡店中站稳脚跟。但江门传统上并不属于热闹的旅行目的地，客人





上图：《狂飙》取景地，江门墟顶老街

下图：阿彬去外地参加比赛，定制了“江门”咖啡杯



多以本地居民为主，“网红”与“非网红”，咖啡店的经营思路是有明显差异的。

江门精品咖啡馆蓬勃发展的起点，可以追溯到2020年下半年，按照江门咖啡协会的数据，近三年每年新增的咖啡店数量都有100多家。如今，“狂飙热”总算过去了，江门咖啡店的主理人最热切的希望，仍然是回归到咖啡的日常制作中去。

在“调饮”之都做好一杯基本款

晚上10点，春风拂面，正是坐在咖啡店门口——打手游的好时候。江门的咖啡店很无意地，按营业时间分成鲜明的两派，一派是早9晚6，另一派是12/12，即大中午才开门，一直开到午夜。不过，不论去哪一派的咖啡店，也不论周末还是工作日，我都看到过围坐在一起打手游的年轻人。听说，这样“游手好闲”的消费人群，是北方城市的咖啡店老板最羡慕的。

可以这样说，江门的咖啡馆，与任何一家“坐下来喝点东西”的茶饮店，没有明显边界。特别是酷暑，“冷气开放”四个大字，在行人眼里就是救星，从前可以坐进奶茶店歇脚，现在，当然咖啡店是更时髦的选择。

在江门，咖啡店与奶茶店此消彼涨，奶茶店少了，咖啡店多了，唯一不变的是玩手机游戏和打牌的需求。坐在哪儿不是坐呢，反正坐下来得点杯喝的。从前奶茶店遍地都是，全国连锁店还会开在最热闹的商区，本地品牌也有不少，但这



左图：una 临街，其后门有一大片空地，客人喜欢坐在这里

右图：邦德利主理人阿彬

几年大家的体检报告警示，是时候换种饮料了，于是咖啡店生长起来——这是江门的咖啡从业者对本地咖啡店数量陡然增加的一种解释。精品咖啡浪潮的影响是一方面，另一方面，江门人对一个“能喝杯东西的悠闲场所”有绝对需求。根据本地咖啡协会的数据，截至2022年，江门注册的咖啡店数量达到1200多家，在全国排名25位，在300多万人口的江门，密度不可谓不大。

过去一些年，投资一二十万元，加盟一家奶茶店，做一个小生意，是年轻人进入社会的一种选择，父母也愿意为孩子提供资金。“调饮”这个门类在江门相当成熟，研发与供应链完备，这也是这片土壤里能诞生“喜茶”的其中一个原因。2020年以后，奶茶店生意变得不如从前好做，咖啡店开始进入这些“想做个小生意”的人群的视野。

不过调饮的威力仍然不弱。开在街面上的咖啡店，经常会有路过的人走进来问，有奶茶吗？有的咖啡师会顺路引导：“没有，不过你要不要试一下拿铁？”想喝柠檬茶的就较难应付，所以江门的咖啡馆，如果说不得不提供一两样非咖啡类饮料，首选就是柠檬茶——柠檬茶要好喝，最好也是自己泡茶，过程繁琐，不卖又不行，在江门，头一回开店的咖啡师，都得面对这样一个灵魂拷问——我的咖啡店，到底卖不卖柠檬茶？

这也使得一些对自己有要求的咖啡店，反而干脆放弃一切花哨，专注于做好基础款咖啡。在江门，一杯美式15块，一杯特调要达到28块或30块。而对品质有要求的咖啡师，一定会希望用新鲜食材萃取风味，做一杯特调，费力费食材，与此同时，还要与市面上所有的奶茶店与柠檬茶店竞争。一旦从这个思路去理解，咖啡店主理人很容易做出决定，还是先做好基本款吧，做好一杯美式，做好一壶手冲，让咖啡成为日常。

Una的主理人Tam刚把小店开起来的时候，也做过一段时间特调。她发现，在江门这样一个人口流动性较低的城市里，一天准备30份的材



Sikei² Cafe 是典型的社区咖啡店

料，当天只能卖出几份，剩下的材料全部浪费掉了，第二天要重新准备。后来索性就不做了。这也使得大家都在做基本款，互相竞争之下，品质好的咖啡店就容易脱颖而出。

在江门采访咖啡师，每个人都会问我："邦德利去过了吗？"邦德利（Boundary）的主理人陆浩彬是个非常谦逊的"95后"男生，瘦瘦高高，这几年参加了不少冲煮比赛，最近刚刚以中国咖啡冲煮大赛南部决赛第三名的成绩，前往云南参加全国决赛。

本科毕业后，阿彬跟父母到香港生活，原本打算在那边工作，甚至考上了香港公务员。但香港最终不认可阿彬在内地的本科学历，如果进入那个岗位，只能按他的高中学历来算，如此，薪水会差一大截。思来想去，阿彬放弃了这份工作，一时间不知做什么，就去香港的咖啡店打工，他读的是应用心理学，按这个方向，大概率需要伏案工作，可他是个完全坐不住的人，一开始做咖啡，立刻发现这一行极有意思。后来虽然又在香港读了一年研究生，仍然在咖啡店兼职。

在香港做咖啡师，好是好，但一个月一万多元港币，付完房租所剩无几。阿彬打算就此投身咖啡行业，倒也想过在香港开店，有朋友喊他合伙，一算，香港运营成本太高，只是在办公楼下面的角落做一个店面起来，都需要近百万元港币的投入。对他这样初出茅庐的年轻人来说，真想开咖啡店，不如回到江门。

阿彬说他在香港工作，只存到几万块，要开店，只能问父母借。原本曾经可以在香港做一份稳定的公务员工作，现在回到江门开咖啡店，父母支持吗？"当代年轻人，肯工作就很不错了。"阿彬似乎讲了一句笑话，但脸上不露痕迹。在江

门，年纪比他大的同行都喊他“彬哥”。他说他的一些同学，毕业三年了，还是没工作。他回江门后，几乎只花了一个月，就把店开起来了，小虽然小，20多平方米，房租1700元，他算是找到了感兴趣的事，干得很投入。与此同时，还努力去参加比赛。江门人因此说起邦德利，就说那家“冠军店”，主推是手冲。

他去参加今年“侨都咖啡节”的时候，除了手冲，还带去一款特调，很具江门特色，用陈皮和桂花做的冷萃液作基底，再将浓缩与非常少的奶油打了一个topping，很受欢迎。新会陈皮虽然有名，但它陈皮味道过重，很难将它与咖啡融合。即便如此，阿彬还是没有将这款特调放到店里出售，“我们是一个很小的团队，门店经营、比赛，这些就很占精力，我们只想把精力集中在我们想做好的东西上”。

即便是看上去破破的小店，主理人也有股把每一杯咖啡做好的劲头。Sikei² Cafe开在康乐里，是个老旧社区，极小，吧台之外几乎只有飘窗可以坐。好在占据居民楼把角，两面墙都有户外可以摆桌摆椅。老板自称小二，说店名是他与女友名字的组合，不过他自己只是右上角那个“平方”。

小二慢热，但善于聊天，不知不觉中，他就问得我喝咖啡的喜好，那天我也是点了一杯普通的美式，他问我怎么样，我甚至忘记自己说了什么，过了一会儿，他却做了第二杯给我，说，客人但凡没有表示满意，他都乐于重做一杯。不只一位咖啡师告诉我，Sikei² Cafe一定要去，老板是令人佩服的人，别看店小，也别看他貌不惊人，却是一位非常有原则的咖啡师。他不仅按咖啡豆本身的风味去表现，还会在制作过程中随时微调，适应客人的口味。他开店早，某种程度上为新入行的咖啡人建立起好咖啡师的风范。

务实

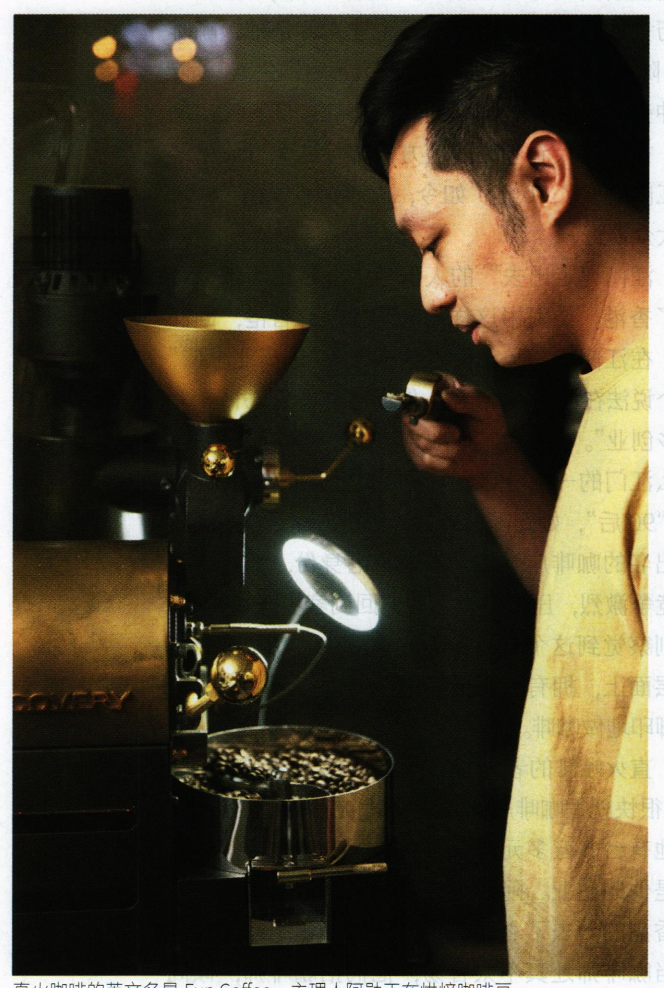
江门人林卫强20年前就进入咖啡行业，在西江边开出柏顿咖啡厅，40多平方米，但有三层，二楼放咖啡机设备，三楼存货，一楼就当作咖啡厅。当然那完全是另一个时代，他的主要目的也在于销售咖啡豆和器皿，不过，当时只有星级酒店能喝到咖啡，而且要卖38元一杯，普通人没人会去喝这种东西。林卫强当机立断，只卖5块一杯，虹吸壶制作，而且，能喝到的咖啡豆多达40种。一下子就吸引很多人，作为咖啡熟豆供应商和吧台咖啡配套，他生意里的一部分，是靠这个做门面的咖啡厅获得的。

林卫强投入去做咖啡生意，与香港大有关系。当时江门已经有三家熟豆供应商，都是香港与澳门的企业，他们将江门当作加工厂与中转站，今天，江门注册的咖啡豆烘焙工厂就有13家，超过20年历史的，除了三家是港澳企业，就是柏顿咖啡了。除此之外，江门是广东省三大不锈钢生产基地，手冲壶等这一类金属制的咖啡器皿，多有江门制造。在外行人看不见的地方，咖啡这个行业已经在江门发展了20年。如今，咖啡馆星罗棋布，进入大众视野。

江门“走出去”的人群当中，有相当部分选择了香港。像阿彬这样的咖啡师，弃香港，回江门，在江门挺常见。可以这样说，“逃离北上广”这个说法在江门很难成立，他们通常是“离开香港，回乡创业”。如果说其他地方的咖啡店向上海看齐，那么江门的一部分目光，是投向香港的。Tam也是“90后”，她跟阿彬有共同经历，都是在香港较为出名的咖啡店学习，都有香港身份，都觉得香港竞争激烈，压力也大。他们回到家乡开咖啡店，立刻察觉到这个较为安静的小城市，在咖啡店这个层面上，拥有店租低等诸多好处，适合一步一个脚印地做咖啡。

直火咖啡的老板阿勋，去年10月才从香港回来，很快就把咖啡店面张罗起来，店面装修极简单，但他有台5万多元的烘焙机作为镇店之宝，烘焙也是他的主业。阿勋是在父母拿到香港户口后跟去香港的，去了之后发现，他那个年纪，在那边想当咖啡师还真不太容易，他们招咖啡师，倾向于20多岁的年轻人，但他已经快30岁了。不过很快他就扭转方向，去Urban Coffee Roaster应聘烘焙师，“那个不用看脸嘛”。在那里，他一做就是4年多，目标很明确，存到20万元，回江门来开一家咖啡店。

阿勋原先是做汽车用品销售，车载香水那些东西，一度很流行，没干多久就发现没人买了。但做销售的时候开始出入咖啡馆，他发现怎么其他人都不怎么喜欢咖啡里的酸味，他却很能欣赏，而且偏爱酸味，他就对咖啡这个东西上了心。不干销售后，就想到去学做咖啡师。那大约是2016年，正是手冲流行起来的时期，有一回他买了挪威冠军烘焙师 Tim Wendelboe 的一款肯尼亚回来，惊奇地发现，居然可以用到100度的水。


直火咖啡的英文名是 Fun Coffee，主理人阿勋正在烘焙咖啡豆

一杯好咖啡，当然应当尽量表现出咖啡豆的产地风味，“烘好一锅肯尼亚，极有成就感”。

现在手冲合适的水温是90～95度，阿勋刚学的时候，甚至用过80度的水。一般的豆子，假如用100度水冲，很容易过度萃取，苦涩感、纤维的味道等，都会因此出现。为了避开烘焙上的瑕疵，咖啡师会想很多办法，比如调整研磨度、冲煮水温，也会调整冲煮手法。所以“北欧浅烘”的惊艳程度立刻抓住了阿勋，他发现，原来厉害的烘焙师可以做到豆子熟透、浅烘，但依然可以毫不心虚地接受极限水温和研磨度的挑战。

后来阿勋自己开始烘豆子，发现烘出一款令大众接受的肯尼亚确实难度很大。相较其他产区的生豆，它密度高，含水量高，颗粒也更大，酸味突出，所以为了表现出它柔和的酸和高甜度，烘焙手法会更加复杂。

有的烘焙师会希望豆子更平衡，但在阿勋看来，一杯好咖啡，当然应当尽量表现出咖啡豆的产地风味，“烘好一锅肯尼亚，极有成就感”。在直火咖啡里，有近20种咖啡豆，假如让他自己来点，他肯定会点肯尼亚，“我自己如果去探店，我会选他家的肯尼亚，没有肯尼亚，我就直接选美式了”。

阿勋在香港学的是“热风烘焙”，那家烘焙工厂周产有近600公斤，大机器，出来的也是较为平衡的豆子，为了补足短板，他去重庆找到一位他很欣赏的烘焙师学习了“直火烘焙”，这是日本人较为推崇的烘焙方式，冲出来的咖啡，在高、中、低温都会有层次变化。重庆那位烘焙师还有一点让阿勋欣赏，他不参加比赛，不开咖啡店，只是专心地在自己的烘焙工作室烘好每一锅咖啡豆。阿勋也是这种务实的路子，他开咖啡店，也是希望咖啡豆有展示空间。咖啡店如其人，务实，只有必要的东西，没有多余的装饰。

开店半年，阿勋这家咖啡门店生意比他想象中好，他没有做推广，懂行的客人自发地就来了，他觉得这跟他四年的香港咖啡店经历分不开，他们知道他菜单上的十几种咖啡都是自己烘焙，且时常变化，愿意来这里尝新。至于烘焙的生意，“广州、深圳的市场是打不进去的，上海就更不用说”，阿勋觉得慢慢累积喜欢他风格的客户，也没什么不好的。

两种社区店

新会的Aroma开在一棵老榕树底下，我去了两次，一次上午9点，一次下午2点。不论哪次，户外的桌子都是坐满的。下午2点，三人一桌的、四人一桌的，最多一桌得有十来个人，坐着六个，围看的三四人，在打扑克。倒不是说四人桌的没在打扑克，也是一样的，大家点一杯咖啡，完成消费义务，然后就在这里愉快地打扑克。六人桌，全是男的，有几个还穿着醒目的外卖小哥的黄色背心，桌上有几个吃剩的饭盒。一个背影敦实的小哥，打光了手里的牌，赢了，整个后背都在笑。或许是听我在背后嘀咕，就回过头告诉我说，哪是啦，我们都是送外卖的，但我没穿制服。

上午就更有意思了，我点完咖啡，看到隔壁桌上有人在吃——肠粉。一问，客人往对面一指，说上那儿去买，老板会给你送过来。于是，这天的早餐搭配，是叉烧肠粉+经典美式。Aroma的老板叫阿敏，他刚做咖啡店的时候，有很多奇思妙想。他试过让客人DIY，也就是豆子种类、烘焙程度，以及咖奶比例，都由客人自主决定，这当然导致几乎所有的客人都很茫然。只好作罢。他还想过做一个全自动的ATM式自助咖啡机，机械臂操作，思路相当超前，也相当不适合新会。最终做得最对的一件事是早上7点开始营业。

他原来是在广州的咖啡店工作，一开店，理所当然认为早上最需要咖啡。尽管江门咖啡馆更倾向于中午12点至晚上12点的模式，就算上午开门，也得等到九十点钟。但他还是坚持7点开门，没想到吸引到送孩子到附近学校上学的家长，上班还早，又犯不上再回家，这些“80后”“90后”的家长，在Aroma找到了归属感。2020年以前，比照起来，依然是奶茶店比





上、下图：新会Aroma coffee的榕树店，与对面肠粉店联动，很受欢迎


飞鸟屋主理人阿翠和她先生

咖啡店好做，阿敏开店早，咖啡品质又不错，有了这样一批客人打底，不仅把店做了起来，还开到了第三家。

“榕树下”是首店找到的第二个店面。仍然是7点开始卖咖啡，阿敏每天早上6点来开店门，随后去对面早餐店吃肠粉。听老板聊起，说生意不好，很可能过段时间就关店算了。他就想，反正咖啡店里没餐食，肠粉味道又不大，于是跟老板商量说，咖啡店门口的桌椅，也让他的早餐客人来坐，唯一的诉求是需要他们的服务员经常过来收餐盘。早上过来喝咖啡的人，逐渐也去肠粉店点单，早餐店从此生意变好，再也不提关店的事。

原本还有一些“精致”印象分的精品咖啡店，长在南部城市的松弛气韵里，不由得成为同街边肠粉店相似的存在。打从一开始，江门的年轻人开咖啡店，第一选择都是社区。阿彬的邦德利开了一年多，才换到祈东街，附近全是较老的居民区，所谓的“人流量”，没有精确计算过，也从没想过要把店开去商圈。祈东街长约200米，街上的头牌是家修车行，占据五六间铺面，鼎盛时期，邦德利所在的铺面也是他们的。修车师傅下班挺晚，邦德利比他们更晚，晚上九十点钟，修车师傅进来喝一杯，也是常事。塞进社区，是江门人开咖啡店的第一选择。另一家社区店“飞鸟屋”倒是精致一些，但倘若说把店开进社区，整个江门再没有比它选址更出神入化的社区店。

主理人阿翠，也是“90后”，她起初经常被客人抱怨，说你这个地方难找，找到了也不好停车。她提供的指示也很“社区”，说看到一家卖肠粉的粥店，然后直走就行了。第一次来，的确费点周折。从地图上看，飞鸟屋离主干道白沙大道并不远，只是抬头看，是高高的石板楼梯。这片社区叫岭梅新村，建于上世纪80年代末期，像是建在山上，城市在山脚下，因此看到楼房之间几棵垂须大榕树，也不甚稀奇。

假如背着白沙大道的方向一直往前，仿佛走进20年前，指示牌说这里叫“沙仔尾”，理发5元，沃柑3块一斤，另有DVD蒙灰出售。人气挺旺，街贩也多，衰败但不脏乱，破旧却不荒芜。但是道路狭窄，会车时需小心翼翼，地势有错落，轻易能俯瞰旁边房子的屋顶和在瓦片上晒太阳的野猫。

再走就走远了，回到岭梅新村这片旧楼，全是马赛克墙面。有红有绿，还有粉黄，铸铁防盗窗，锈迹斑斑，已蚕食墙面多年。飞鸟屋被这些旧楼围在中间，叫人眼前一亮，也是马赛克墙面，但一年前清洗过，显得白一圈。它居然是个八角形的房子。两层错位相叠，如果上到二楼，八角形的感受更为突出，忍不住就去清点，果然不多不少8扇通透的大窗户。

阿翠找设计师为二楼大窗户下沿安置窄桌，

中间空地，用大理石转砌出又一个八边形，只是空出两截过人。八角楼灵气十足，但阿翠租下来开店之前，一直荒废着。她在二楼墙上发现一块告示牌，上书“职工俱乐部管理规定”，落款“厂部 九三年二月一日”。这里住的也几乎全是老人，退休前曾是船厂职工。

阿翠告诉我，右边那栋楼二楼，住一位霞姨。早几年没了老伴，如今独居，有时煮了汤，会带给阿翠，说“反正煮了就多煮点”。霞姨的阳台能望见飞鸟屋的院子，看到阿翠端咖啡出来，会喊“阿珍阿珍”，有时也喊“阿玲”，有几天还变成了“阿珊”。阿翠说，一开始还想纠正，转念一想，算了，反正知道是喊自己，喊什么都答应就是。霞姨说她孙子也会给她买咖啡，甜甜的那种，阿翠心想应该是速溶的，但也不太敢请人家喝手冲或者意式，主要是担心咖啡因，不晓得老人家心脏能否吃得消。

阿翠把开店日期定在2022年2月1日，为致敬职工俱乐部定下管理规定那天，相当于是整整29年后。开店一年，没有开外卖，没做非咖啡饮品，在这里打游戏声音太大，她也会去阻止，“暂时还没有为营业额妥协，看看能坚持多久”。

总体来说，老人家们对飞鸟屋是欢迎的，没有出现类似从抵触到接纳的戏剧情节。但阿翠起初收拾庭院时，还不敢声张，有老人探头探脑地来询问，她只推说整理一下，做个工作室。后来，她把院子里两棵龙眼树砍掉后，还有一位阿姨悄声过来告诉她，说树砍掉可太好了，是隔壁一个大爷胡乱种下的，没想到就长了起来，龙眼树非常招蚊子，院儿里的老人都非常苦恼，这下好了。荒废的地方修葺一新，年轻人也多了。

因为开在这样的老社区里，老人家休息早，阿翠就顺理成章地把结束营业的时间定到下午6点，下午5点钟，就能看到吃完饭的阿婆们出来遛弯了，阿翠就知道，该收摊了。阿翠原来也是在广州的咖啡店学习，她本行是平面设计，自打她为江门带来这样一个别致的咖啡店，她听说，一些人受到启发，开店选址的时候，也开始琢磨有创意有设计的老建筑。

田娟异想天开，试过像炒花生一样炒咖啡豆。放了好多盐，没想到咖啡炒深之后，出油，盐就黏住摆脱不掉。

华侨之都

从江门市区往南走，开车一个小时，就可到达台山，啡友咖啡厅，是台山人最喜欢去的咖啡店之一。老板娘田娟和丈夫张宇，七八年前开始做咖啡，进入这个行业的契机也独具台山特色——张宇的高中同学从牙买加回来，带给他一整箱蓝山咖啡。

这位同学回乡探亲，带回来的是地道牙买加蓝山产区的咖啡豆，熟豆，十几包，装了一整箱。张宇当时还在做设计工作室，他每天都在工作室泡茶，什么人走进来就喝一杯。意外获得这批咖啡豆后，就趁便开始煮蓝山咖啡给来客品尝。不过因为带回来的是熟豆，已经不新鲜，风味损失过多，冲煮出来的味道，跟夫妻两个在书上看到的风味描述很不一样。

田娟就想，不如自己烘咖啡豆。

不知道怎么烘，但是道理上，也就是将生豆弄熟。田娟异想天开，试过像炒花生一样炒咖啡豆。放了好多盐，没想到咖啡炒深之后，出油，盐就黏住摆脱不掉。还试过用烤箱，书上说有“一爆”“二爆”这样的阶段，两个阶段中间要调温度，但怎么调没地方学，她就想到用“黄金分割法”。居然也烤出来过似是而非的东西。慢慢用上了合适的机器，甚至还参加过一个比赛，那是2014年，比赛叫“青蛙杯”，她把烘好的咖啡豆寄过去，不晓得怎么回事，拿到冠军。整个比赛，为田娟摸索咖啡烘焙技术提供了学习的契机，她的咖啡豆在工作室给各种朋友与来客喝了一年，对烘焙和冲煮都摸到门路。

2016年，设计工作室不做了，改开咖啡店。

先是找了一个很小的铺面，其间也在台山寻摸更好的场地。在人工湖边看上一栋楼，有三层，一层铺面开着一片糖水铺，而且不出意外，房东果然就在国外，难以取得联系。有一天，田娟在



猪脚面其实在江门并不流行，“隆江猪脚饭”倒是随处可见

不夸张地说，每一个台山人，都有亲戚侨居海外。

店里跟客人聊天，聊起此事，旁边一个年轻男客插嘴说：“我叫猴子，我说出来你可能会当我骗子，那是我外婆的房子。”真有这么巧的事，猴子没有吹牛。之后他们就一起做起这家咖啡店。2016年开业，70多平方米，吧台占据三分之一空间，手冲为主，有餐食，门口做出一片木地板，摆上桌椅，可以享受湖景。

台山这个地方，人们喜欢往外走，对他们来说，“出去”完全不是指去北上广深，而是出国去。美洲、欧洲、非洲，都有成群结队的台山人。按照《2021年度台山市国民经济和社会发展统计公报》，台山市华侨华人共计94.2万人，其中，海外华侨60万人，有34.2万人是常住国内，但台山只是一个总常住人口不到200万的城市。

不夸张地说，每一个台山人，都有亲戚侨居海外。田娟是贵州人嫁到台山，对此地人人都想出去的执念印象深刻。比如她婆婆，前几年才“拿到纸”（纸是台山人对身份的说法），仿佛一辈子都在等这张纸，一把年纪，毅然移居美国。按道理，儿子也可以开始排队，妈妈经常打电话催促此事，别的母亲催婚或催生，台山的母亲，则是远洋催问，什么时候搞移民。不过田娟夫妇属于少有的不愿意出去的“70后”。张宇的说法是：“出去了，谁跟我喝茶呢？”他们只想在台山把咖啡店开下去。2020年，他们在石花公园路上开了家新店，起名“啡友小叙”，夫妻俩搬去那边，旧店交给猴子和

一位跟了他们十几年的咖啡师。我们去到台山时，临近清明节，已经有海外侨民回来祭祖，田娟说，这段时间一到下午，她的咖啡厅里就“爆满”，十有八九是回来祭祖的华侨，拉着老街坊，带着全家人，来喝咖啡。

下午时分去咖啡店，是广东人饮茶习惯的延伸。

所以在台山的咖啡馆，你能看到奇妙的场景，客人从包里掏出一包咖啡豆给吧台，说做手冲，然后就自顾自找位置坐下了。就像去酒吧自带酒水，去烧鹅店自带烧鹅一样，这个行为让外来客难以理解。但在台山，这就是寻常事件。

田娟说他们店里，每天都要接待不少自带咖啡豆的客人，咖啡店提供聊天场所、磨豆及冲煮服务，还要免费赠送他们需要的植脂奶。带咖啡豆来的客人总是三三两两，下午时分出来聊天，确实就像喝下午茶一样自然。如果问他们怎么会有咖啡豆，他们会觉得你这个问题很奇怪——当然是国外亲戚带回来的。

台山，或者说五邑地区的客人，偏爱深烘豆，这原本只是从业者较为笼统的经验感知，这个共识到了田娟手里有了客观数据。

田娟第一家店，很小，只有40多平方米，生意也很一般，真是没人喝“浅焙”。怎么办呢，那就把深焙做好，用豆子品种和新鲜度吸引客人，只要咖啡比别人的好喝，就能留住客人，浅焙与否，再作打算。她是学数学的，除了尝试用黄金分割法烘咖啡豆，开咖啡店之后，每个月底，还有意识地对当月数据做统计分析。她发现，从出杯量来看，喝深焙的客人比浅焙多一倍，从开店的2016年开始，一直都是这样，直到近两年，比例发生变化。总体数量都在增加，从最初一个月只能卖掉200g左右的浅焙豆子，到现在的27kg左右，但深焙的豆子每个月的销量是30kg～40kg，从比例来看，台山人确实向浅焙倾斜了。

不过这也不能说明，原先那批喝深焙的客人，多大程度上在做改变，或许只是说明喝咖啡的人变多了。五邑地区的咖啡从业者经常感慨的一件事是，让老华侨从深烘改到浅烘，还不如劝说一个零经验的客人尝试咖啡。深烘咖啡豆特有的巧克力风味，再加上美拉德反应出来的咖啡香味，倘若再加点糖和牛奶，大概就称得上是“老华侨味”了。

田娟店里，那种跟着喝了十几年的客人，也有从深焙转到浅焙的，但偶尔转向只是换换口味，心中所爱仍然是那股传统的咖啡味。有客人一直喝曼特宁，这是意式浓缩咖啡里早期最常使用的咖啡豆，但这并不能说明口味高低。实际上这位客人嘴很刁的，同是曼特宁，换个批次，他都喝得出来。

与客人打交道这些年，田娟觉得，包括精品咖啡协会的风味轮等在内的国际标准，显然是偏重浅烘焙的，毕竟如果要体现咖啡豆本来的风味，确实浅烘焙有优势。但她觉得，老的风味如果完全斩断，只留下新派，也不是最有生命力的选择。她愿意保留一些旧的传统，所以直到现在，她还是接受客人自带咖啡豆，也义务帮客人磨豆。

乍一看，“啡友小叙”与早就被扫入历史尘埃的上岛咖啡很接近，除了咖啡，既提供奶茶、柠檬茶，也有多种餐食。但它的咖啡品质，起步就是注重原产地风味的精品范畴。田娟做店10年，咖啡一直是核心，它的收入能占总收入60%以上。这样的咖啡店，是台山文化造就的，也有很多人情味，无法光用技术与烘焙度的深浅来衡量。

2019年，有位客人突然去世。他不是台山人，因为在田娟店里喝了很多年，为人开朗，结交到好几位知心朋友。火化那天，田娟关了一天店，去殡仪馆参加追悼会，发现店里好多客人都去了。几天后的一个晚上，接近午夜，马上要关门，有位男士走进店来。田娟看他来，知道他跟逝者是好友，就说，店里还有个他留下的咖啡杯，你要不要拿回去作个纪念。那个大男人，拿着那个杯子，环顾四周，失声痛哭，一个好朋友，就这样走了。为了这种情义，田娟也同意她丈夫的想法，不可能为了移民而移民，假如关掉店，这些客人怎么办？





上图：First & Last 第一家店也很小，开在社区

下图：Sower 咖啡墙上挂满客人的自带杯

验和盘托出，几乎涉及了所有大钱的困惑。不能白来，大钱还是站起来提问了。“没想到张寅喆反过来问了我三个问题。他说：‘第一个问题，你觉得你的咖啡做得好喝吗？’我说我觉得挺好的。他说：‘好，第二个问题，你确定你做的咖啡足够好吗？第三个问题，你真的确定你做的咖啡挺好喝吗？’”

咖啡行业之所以充满活力，年轻人乐于进入，一方面是因为这里富于朝气，另一方面，也得益于这些功成名就的咖啡师，愿意分享，激励后辈。大钱没钱参加昂贵的培训，经常满世界去听免费的分享，幸运的是，大概是因为冠军也得到过前辈毫无保留的帮助，遇到后辈，也总传授经验。大钱觉得自己就是这种氛围的获益者。

被张寅喆“逼问”过之后，他开始去问客人的意见，从前不敢问，是因为心虚，客人假如说不够好，不知道怎么接。之后，他分析自己咖啡店的每一个环节，设备是否需要更新，是否知道每一杯出品的误差值。同样是 9 块钱一杯的美式，现在他会觉得，他做的咖啡，不是最好的，但一定是最真诚的。

三轮车，酒吧门口

2016 年，许大钱才 19 岁，仍在咖啡厅打工，与此同时，经常回想咖啡展会上喝到的咖啡味道，很想自己做点什么。但是没有钱。

有一天，他看到几张图片，讲厦门有个人，弄了个咖啡车，在三轮车上摆摊，用瓦斯炉烧水冲咖啡。大钱就想，这个人，好有毅力，很受鼓舞。他把想法一提出来，咖啡厅的几个年轻同事也很受鼓动，大家商量，不如也一起做一辆咖啡车吧。大钱买了三轮车，又花 1.4 万元巨款订了咖啡机等设备，准备大干一番。没想到同事们一个个打了退堂鼓，有担心城管的，有担心用水用电的。但订金已经花出去了，没办法，大钱只好硬着头皮一个人上。

不过大家忧虑的现实问题，确实需要解决办法，大钱想得很清楚，摆这个咖啡车，目的就是赚钱，厦门那位同行，用瓦斯炉烧水，一个小时能做几杯？他的思路是，找一个店面合作，为他供水供电。他尝试去游说一些店家，最终只有Cocktail King酒吧的老板被他说服，支持他尝试这种新东西。后来证明这个思路很对，不只水电有保障，城管也没有为难过，大钱猜测，或许是因为这看上去就像是酒吧的生意，而不是什么无证经营的摊贩，总之最担心的事情得到了解决。

白天的摆摊地点算是有了着落，那么还有晚上。大钱找到一个仓库，离酒吧一公里，400块一个月，每天晚上，他可以将三轮车骑到仓库存放。辛苦的是第二天一早，为了7点开始营业，他得5点多钟起床，先去另一个餐厅拿存在那里的牛奶，拿回仓库，踩三轮车出发。这辆改装后的三轮车，装上各样设备后有点沉，大钱个头不高，人也很瘦，人力踩三轮车，对他来说真是费劲。成功骑出车库是第一关，后面还有一个非常小的上坡，半推半骑才能通过，最后一关是把三轮车抬上酒吧门口的台阶。一公里的路，他得折腾半个多小时。

酒吧为他提供一个电源插口，插上电，调试咖啡机，营业好的时候，半天工夫能卖出40多杯。下午2点收摊，回去睡一个小时，马上起身去做兼职——为预防失败，原来咖啡厅的工作没有丢掉，从下午做到晚上11点。每天往复，睡眠不足。冬天更困难，江门的冬天早上六七度，风大，他骑这三轮车戴不了那种电瓶车的防风套，只好穿厚一点，迎风的时候东躲西藏。晚上和衣而睡，防止早上因为太冷舍不得出被窝。咖啡三轮车就此起步。

从三轮车时期喝起，喝到现在的也大有人在，但大钱已经不是当年的大钱。就比如当年那一杯基础美式，大钱想得很清楚，他希望以11块钱还能盈利作前提，尽量把这杯美式做到最好。他最近开始学习烘豆子，目的也是如此。他现在做美式，用的是一款埃塞俄比亚的耶加雪菲，G2等级，级别不高，胜在价格优惠。但它的缺点也很明显，产地风味不能说没有，它也有轻微的花香，也有柑橘的果酸，但是自然甜度不够，为了弥补生豆的这个缺点，需要在烘焙的时候用美拉德反应支撑起后段的甜度。

三轮车服役7个月，退休后，还以1000块的身价，被一位名叫耀斌的男生买下，三轮车也没想到自己还能复员再战。当时，耀斌正在做一家brunch，此前在一家老派咖啡馆工作过3年，再往前追溯，则是在中餐馆的厨房，比起来，咖啡师的工作确实更舒心一些，起码没那么脏乱。

我在江门遇到不少从厨师转行的咖啡师，以往没读大学出来闯社会的年轻人，很容易进入餐饮行业，因为这里门槛低，肯吃苦，就能有份收入。现在，咖啡为同一批年轻人提供了新的出路。某种程度上，这的确是一门好营生，肯钻研，就能学到技术，从咖啡师到咖啡店老板这条路径，也比从厨师到餐馆老板要容易。

当然，经营诸多细节，仍是不易。Sower咖啡空间小，坐在里面时间一长就容易感到不舒服。大钱对店里的整洁程度、座椅、音乐声量、咖啡师状态等等都非常在意，他觉得它们共同营造了氛围，无论是连锁咖啡店还是小众咖啡馆，客人在真的喝到咖啡之前，潜意识里已经对那杯咖啡打了分。他在门口摆的三张桌子，因为地不平，很容易晃，每次都需要找合适的角度，桌子才是稳的。大钱总是额外留神，每一桌客人消费完，必须去检查桌子，以免下一个客人坐上来的时候，把咖啡洒了。这些都是冲好一杯咖啡以外的功夫。对他这样一个小小的店来说，一天卖出几百杯咖啡，殊为不易。

而耀斌，最近在江门做出第二家店（First&Last），店开在较为热闹的港口一路，背靠市供电局，拥有自然人流量，面积也更大了。看得出来，耀斌对新店报有很大的期待，他甚至为它添置了一台变压咖啡机。对此，他非常自豪。我起初不理解他引以为豪的原因，咖啡店装备党向来都有，在我的理解里，装备高级，与一杯好喝的咖啡，未必就能画等号。大钱说，他最能理解耀斌，他们俩出身很像，都是很早混社会，半路出家，技术多是自己钻研，一切都靠自己打拼。他自豪是在情理中的，因为比如他自己，根本不知道变压咖啡机有多贵，买不起，所以干脆不问——但他们的每一样设备，每一分钱的投入，都是一杯一杯咖啡卖出来的。

哈尔滨，边缘咖啡人

主笔·薛芃　摄影·蔡小川

哈尔滨的咖啡馆里，总是轻松而欢乐的，没有那么大的生活压力，人与人之间也格外亲近

如果画一张中国精品咖啡店的分布图，7000 多家的上海最是密集耀眼，南方熠熠生辉，越往北越黯淡。到了哈尔滨，只有为数不多的咖啡馆在支撑着这片微弱的亮点。我好奇是怎样的一群人在这个咖啡消费文化并不算发达的城市执着于此。

一支难拿到的豆子

头一回去大心店里，是个半上午。店里两桌客人，却显得好热闹。有一桌中年姐妹淘，四五个人，聚一起唠嗑，或许是刚送完孩子上学，抽个闲攒在一起放松一下。这个时间点，咖啡馆是个好去处。我想我对咖啡馆是有种刻板认知的，它提供一个闲适轻松的空间，而这个空间又处在低分贝共振的白噪音中，每个人的声音都湮没在其中。这是我第一次去东北，走进的第一家哈尔滨咖啡店，这么欢乐，打破了我对咖啡馆的固有印象。

说实话，那一刻，不觉得吵闹，只是羡慕她们纯粹的欢乐。她们怎么会在早上 10 点多所有人都要焦虑一天生计的时刻，坐在咖啡店里聚会吐槽？她们没把咖啡馆当作一个带着笔记本电脑工作谈商务的场所，也不是捧着一本书静享独处的地方。哈尔滨满大街都是各式烧烤店，入夜的烧烤店几乎清一色是男人的酒局。我似乎看见了一间“晨间烧烤店”，卖的不是烤串，而是咖啡。

我开始意识到，哈尔滨的咖啡馆不一样，是不同于任何一座城市咖啡馆的存在。

杨育心是外粒方 & 逗留咖啡馆的主理人之一，大家都管他叫“大心”。大心有一米九，高且帅，曾经是一名职业篮球运动员，有着东北人少有的清秀气质，但又很硬朗。取名“外粒方”，其实是“Why”的三次方的意思，因为每次遇到对咖啡好奇的人，他们总会问很多“为什么”。大心觉得，在哈尔滨，咖啡在很多人的意识里是由无数“为什么”构成的，比如，为什么这么酸、为什么有甜感、为什么厌氧处理会散发出酒气，等等。问题多了是好事，说明大家感兴趣。而“逗留”则是大心上一家咖啡店的名字。

咖啡店开在一个老社区里，店面本是个修车行。大心一心想找个修车的门脸改造为咖啡馆，因为面积和挑高都刚好，比普通社区一楼的房子要宽敞，更像一家成熟的咖啡店。他又喜欢工业风，在修车行的基础上改造再合适不过了。现在外粒方转角挨着的仍是一家修车铺，这里保留了水泥墙面和外露管道，又单独辟出一间烘焙室，2021年底，这家门店开业了。

大心做了一支手冲给我们。这支豆子是2021年CBC（世界咖啡师中国区比赛）潘玮夺冠用的豆子。它的特殊之处在于，在一众更优质产区的咖啡豆面前，潘玮却用了一支云南保山的豆子参赛，毫无优势。在他拿这支豆子参赛之前，已经在自己的咖啡店里试用了两年，在足够经验的支撑下，他才敢拿去打比赛。在潘玮位于杭州的parkingcoffee店里，提供一个以这支豆子为主打的冠军套餐，从美式到奶咖，再加上牛奶，分别呈现这支豆子在意式咖啡冲的风味。

左图：外粒方&逗留咖啡主理人之一杨育心

右图：Mint（闵德）咖啡的主理人毛小豆正在跟客人交流



潘玮一共定制了三个批次，大心拿到的是第二批次。每一批次，在处理咖啡果实的时候，发酵的程度、时间、温度都有所差异，三个批次的豆子大心都试了下，喝下来，第二批次的干净度最好，于是买了30公斤。这不算是一个很大的购买量，因为曾经打比赛时与潘玮熟识，大心便直接从他那儿买了些。

“东北这边的信息会稍微有点慢，有点落后。大多数生豆商的总公司都在上海，上海拥有全国最好的资源，好豆子一出来，大家都很敏感，基本上很快就会被江浙沪抢完。尤其是杭州、苏州、南京，这些城市也都是咖啡消费的大城市，豆子的需求量很大。等南方的咖啡大省挑完之后，基本上才能轮到东北。到了哈尔滨，就不剩什么好豆子了。”大心说道。

“我们买好豆子其实挺难的。”这句话，在哈尔滨探访咖啡馆的几天里，听到过好几次。

毛小豆的Mint（闵德）咖啡开在群力区的一个新社区，开了快6年。群力不比道里、道外、南岗这些哈尔滨的老核心区，而是一个新住宅和中高档小区集中的区域。小豆早年在上海学做咖啡，后来家里希望她回哈尔滨生活，她也不再留恋南方，便回来开了这家店。一个多月前，哈尔滨承办了一次“云南杯”的北方赛区比赛，来了很多外地的咖啡师。其中有一个从合肥来的年轻咖啡师，来毛小豆店里玩，他带来两支豆子，虽然这两支不是比赛晋级用的豆子，但都品质很好。一支是云南的瑰夏，另一支是巴拿马的瑰夏。这两支豆子的烘豆师曾经取得过世界第六的成绩，技术和经验都很丰富，也曾是少数派的首席，咖啡师、烘豆师、生豆商、原产地彼此之间往往能建立很深厚的合作关系，这让哈尔滨的咖啡师很是羡慕。“好的资源对于一个咖啡师来说非常重要，但我们的确很难拿到。”

对于那些真正爱咖啡的哈尔滨人来说，拿到好豆子就会更加珍惜，如获至宝一般。我们坐在



Mint 的吧台，一边听着熟客们聊天，一边等待毛小豆冲咖啡。刚刚进来个常客，像回到自己家一样，一进门，就叭叭地跟小豆说，前些天他把自己的狗放在小豆店里几天，没想到，"这小崽子背着我是个'社牛'！我都在好几个人的朋友圈刷到它了，还在陌生人的社交媒体上刷到过它的照片。这小东西，挺有本事的"。话语间，又是责备又是宠溺。每当在哈尔滨的咖啡店里见到这样的客人时总会觉得，虽然拿不到好豆子让人苦恼，可抵不过每天的气氛这么开心啊。

这边，毛小豆已经给我们递上了两杯刚冲好的咖啡。这是一支水洗的埃塞俄比亚如目达摩，是上海有容乃大团队处理的豆子。有容乃大的主理人是带毛小豆进入咖啡行业的领路人，毛小豆总说，他们对自己影响很大，让她知道了行业的标杆是什么，好的咖啡是什么样的。这支如目达摩产自埃塞俄比亚西达摩省阿克贝纳产区，它的水洗批次曾在2020年"卓越杯"拿到过第二。自此，乃大出品的咖啡豆就水涨船高，不但价格高，而且很难买到。

毛小豆第一次喝这支豆子，在磨粉的瞬间，就感到不一样，这是来自烘豆师本能的敏感。接着，开始焖蒸。粉与水一接触，薰衣草、黄柠檬、杏桃、红糖，这些标签上描述的风味排着队地释放出来，"优雅，只能用优雅来形容。这是一种很正常、很朴素的香气。豆子真的很香，非常打动人，就好像面前真的有一朵花那样，非常具象的香气"。

从第一次试喝到拿到手头的这批豆子，中间过去了两三个月。有一天，乃大的主理人在拆包准备烘这支达摩，就发了个消息给小豆，问她要不要一点。他们是30公斤一包拆，一次性烘焙，

小豆本想说“我要 5（公斤）”，后来还是说了“3”。她知道这批豆子本就不多，想了想又说，“2 也行”。于是，收到这批生豆。她开始模仿着之前喝的口感自己烘，她想知道自己能不能烘出来，这对她来说很重要。手边这杯，就是毛小豆自己烘的，虽然她知道，离最好的水准还差一点，但也没有辜负这支豆子，丝滑、平衡，喝到这样的咖啡时，甚至不觉得它是一杯咖啡，你不期待它是醒神的刺激性饮品，而只是一下子明白，优雅的口感原来是这样。

断层的咖啡消费市场

我们 3 月中旬到哈尔滨，冬天刚刚苏醒，松花江面上冻着厚冰还没融化，江边已经拉上了警戒线，禁止到冰面中间去。江北那边，“冰雪大世界”上周刚拆除，前两年因为疫情管控，开放的时间很少，连本都没赚回来，据说今年的规模小，降了成本，加上疫情开放后，旅游人数暴增，效益不错。哈尔滨人也刚从疫情中苏醒过来，这个速度比南方城市要慢一些。听人聊起新冠，连天高烧到 40 度的不在少数，在持续的城市静默中，咖啡馆的日子也不好过。在疫情期间，咖啡馆被划在“九小娱乐场所”中，而非餐饮体系，去年一年，断断续续的，每家都停业了好几个月。现在能看到的这些咖啡馆，都是撑下来的，有些没挺过来的，彻底关门了。

哈尔滨的咖啡水准究竟如何？如果以精品咖啡的各大比赛为标准，黑龙江乃至整个东北只能排在全国的中下游。或者说，精品咖啡在中国从长三角、珠三角这些核心地区扩散到东北，已经是消费下沉的结果了。在东北三省里，辽宁最优。早年间，由于有日企的需求量高，大连是东北咖啡文化和消费水平最发达的城市。近几年，沈阳有后来居上的姿态，依赖美术学院和音乐学院的文化氛围，沈阳拥有了一批技术在线且各有品位的咖啡店。哈尔滨略逊于这两座城市。如果以高端咖啡机“辣妈”（La Marzocco）在东北市场的销售来看，辽宁去年的销量大约是黑龙江的 3 到 4 倍，而黑龙江只有哈尔滨是咖啡消费的核心城市。哈尔滨是个样本，代表着北方很多城市的咖啡生态现状。

在东北，哈尔滨的特殊之处在于，这座城市曾经有咖啡基因。随着 19 世纪末中东铁路的修建，俄国侨民陆续到哈尔滨生活；1917 年十月革命之后，一些受清算的旧贵族、企业家流亡至东北，还有律师、作家、医生、教师这些对布尔什维克持有疑虑的高级知识分子也来到哈尔滨，大批难民和俄国犹太人逃至此。100 年前的哈尔滨，是一个中俄文化混杂的城市，再加上大量闯关东过去的山东人，在复杂的文化交融下，哈尔滨进入了一段黄金时期。咖啡文化也是在这时兴起的。直到现在，仍有些在民国传统下生长的哈尔滨老人有喝咖啡的习惯。

新中国成立之后，随着苏联撤侨和中国对东北政策的改变，咖啡基因中断了。哈尔滨从上一个黄金时期转型为重工业大城市，成为当时的“共和国长子”。高速发展延续至 90 年代，经济中心南移，哈尔滨进入经济下行时期，持续到现在。和其他大多城市一样，哈尔滨的咖啡认知重新被打回到速溶咖啡，再经历 2.0 的星巴克奶咖时代、3.0 的精品咖啡时代。

到现在，咖啡发展已经到了 4.0 时代。在台湾咖啡行业研究者韩怀宗看来，全球第四波咖啡浪潮是从 2016 年开始的，在延续浅烘的基础上，精品咖啡有了新发展——传统咖啡产区发生了一些位移的新变化，这也跟全球气候变暖有关；人们在发酵方法上琢磨出了各式新花招；曾经的金杯理论、杯测仪式也被重新思考；最重要的一点是：精品咖啡规模化。目前的哈尔滨，能形成精品咖啡的规模化吗？一旦形成规模化，意味着形成一套完整的商业模式和供应链，也许哈尔滨现在还不具备这样的土壤，但这也许是好事，可以让这些独立咖啡店在前规模化时代不至于趋同。

大心常去南方城市的咖啡馆走动，与南方相比，他觉得哈尔滨的咖啡馆并不是差在咖啡师的技术不行，也不是装修、设备上的落后，最根本的是客人对咖啡的需求不一样。同样是早上 9 点开门，开到晚上六七点，南方城市早上一开门，就会有第一波客人的高潮，这波客人多是上班族，

不太会坐在店里，他们会很迅速地打包带走，这段时间，唯一的要求就是快，店里通常会是最全员咖啡师的配置，三个人一起在吧台做咖啡，保证速度。接下来，差不多会稍微空闲两个小时，客流量不大，到了下午1点左右，又开始上人了，有午休的白领，也有只是想在下午喝一杯咖啡的客人，更多的是约人谈事的。直到晚上五六点，人流渐渐散去。

“会明显感觉到，人们对咖啡的需求是非常高的。咖啡是日常。但在哈尔滨，咖啡还不是大多数人的日常，还没有那个氛围。”哈尔滨的咖啡店，基本是从中午之后开始上客，没有早上的那一波上班族。因为产业结构的原因，在哈尔滨，几乎没有手拿一杯咖啡匆匆赶路的都市白领。这两天听到一句话，觉得有趣，说这座城市没那么大压力，只需要一杯奶茶的快乐。但既然城市不那么需要，那为什么仍有一群执着于咖啡的人，在哈尔滨开着水准之上的咖啡店，他们到底在执着什么？

这些处于边缘的咖啡人，是连接第四波精品咖啡潮和哈尔滨市场消费力的纽带。他们就像养豆子一样，这些年来，慢慢地，潜移默化地，培养着哈尔滨人对咖啡的认知和消费习惯。其实赚不了太多钱，但是在培养着这座城市新的生活方式。

超前的咖啡理想

张跃鹏是哈尔滨咖啡圈的元老，他经历了哈尔滨咖啡行业十几年的浮沉。在来哈尔滨之前，大鹏简单地跟我介绍了一下。他说，在哈尔滨现在的市场，如果要想纯靠开精品咖啡馆为生，赚钱是很困难的，但环境已经比10年前好很多了，“你要是想听我的经验，那估计是要泼你冷水了。没那么多理想主义，即使有，也被现实浇了个稀烂”。

大鹏是“80后”，2010年之前一直做钢材生意，针对机械加工，刚开始赶上了钢材行情最好的时候，客户都是哈尔滨的“三大动力厂”。不过行情在几年之内就变了，从原来的6000块/吨，到最后降了三分之二。那几年，他时常在外地上管理课，



张跃鹏亲历了哈尔滨咖啡圈十几年的浮沉

也想寻找新的机会。此时南方的咖啡市场已经如火如荼，再加上年轻时的文艺情怀，他觉得咖啡未来的市场会很好。

大约是2010年，哈尔滨开了第一家漫咖啡，之后动物园咖啡、咖啡陪你这种连锁店风靡开来——300平方米的大店面，拼配豆做出的大杯奶咖配着马克杯，或复古或韩式的装修风格，哈尔滨掀起了第一波咖啡热潮。也正是因为这些咖

啡店，培养起了哈尔滨第一批真正喜欢咖啡的人。不过这时，大鹏的咖啡技术还不行，他要让自己对咖啡的理解更精进。于是，去了青岛学咖啡。在青岛，大鹏第一次走进精品咖啡的世界。学成回到哈尔滨，他就琢磨着开店，他想开最好的店，他想把自己当时学到的最好的咖啡带给哈尔滨。什么是最好的？浅烘。他自己喜欢浅烘，精品咖啡的潮流是浅烘，他也相信未来咖啡的趋势将会是浅烘。但是，市场是断裂的。当时哈尔滨的消费群体还沉浸在星巴克和漫咖啡之中，客人来到大鹏的店，一喝浅烘的手冲，“这是啥？怎么像水一样？怎么一点味道都没有？怎么没有咖啡味？”市场的反馈告诉大鹏，你太超前了，哈尔滨现在的市场还不需要这么超前的咖啡。

在看到了南方前沿的咖啡店的经营模式后，大鹏几乎尝试了所有的路。他组建团队，自烘咖啡豆，销往外地，疫情之前最多的时候一个月能卖一吨多，活得还不错。好友张寅喆劝他赶紧开淘宝店，但那时他还一门心思扎在门店里，没顾得上开线上店，疫情就来了。大鹏错过了一个风口。他也代理“辣妈”，铺占黑龙江的市场。在南方城市，他看到“辣妈”的销量每年都在递增，但哈尔滨的销量每年都挺稳定，也就是十来台，看不到翻倍的增长。

他投入最大的是打比赛。打比赛是个烧钱的事情，昂贵的最新咖啡设备之外，要想找到一支适合参赛的豆子，就要不断烘焙、不断试错，请教练、团队的比赛差旅，成本都要高于南方。2014年之后，大鹏每年都会送自己店里的咖啡师去打全国比赛，大心就是他带出来的，连续两年拿了哈尔滨冠军。打到全国赛后，虽然名次一般，但最重要的是，能把比赛的东西带回门店。如何控粉、控制出水时间，这些精细化的操作都是比赛最讲究的，但那时候，哈尔滨的咖啡店并没有精细化的讲究，东北人本就大剌剌的，不能理解做一杯咖啡需要如此大费周折。大鹏对自己门店的要求是，每一杯必须上秤，控粉、出水都要严格而精细，还包括台面的整洁度，时间久了，这些如今看来的基本操作才慢慢渗透开来，影响到更多咖啡店和咖啡师。

三四年前，点手冲的人还很少，来精品咖啡店的人仍普遍认为，咖啡应该是苦的，偏酸的浅烘很难被人接受，为什么一定要用单一产地的豆子？哈尔滨每一个精品咖啡店的主理人都在做着同一件事：告诉顾客，一杯好咖啡应该是什么样的，一个好咖啡馆应该是什么样的。

在经历过各种挫折后，大鹏退居到了咖啡产业的幕后，他跟我说：“现在你在哈尔滨看到的所有有关咖啡的事情，我全都干过。”可惜的是，他的很多努力，没有踩在风口上。如果早两年，赶上漫咖啡红火的时候，他或许会实现抱负；若是再晚几年，赶在现在精品咖啡迅速下沉普及的时候，哈尔滨的消费者已经被“养”出来了一部分，他也可以更游刃有余。他像是一个哈尔滨咖啡行业的孤勇者，不断试水，却让自己受了大挫。

现在的大鹏很理性，如果有年轻人对咖啡感兴趣，找他来学咖啡，要做一个职业咖啡师，他都会很客观地跟对方说：咖啡其实很枯燥，学的可不只是咖啡，都是些物理、化学的课程，比如氧气怎么决定发酵形态，又或是蔗糖、果糖在三种发酵法中会出现怎样的变化，“这些都是你们上学时最讨厌的课程”。

其实在哈尔滨学咖啡是个不错的选择，20来岁年轻的咖啡师站吧台，差不多可以拿到3000～5000元的月薪，而哈尔滨的平均工资不过4000元左右，如果是在上海，同等级别的年轻人可以拿6000～8000元，但这个薪酬在上海不可能过得不错。哈尔滨年轻的咖啡师流失极其严重，不仅是咖啡行业，任何行业都是，入了咖啡的门之后，都会选择继续去南方深造、开店，这让每一个咖啡师背后的老板都很难过，却无奈。他们也深知，要想成为一个好的咖啡师，必须要看世界。

打比赛与站吧台

在哈尔滨，打比赛跟开一家好的咖啡店有直接关系吗？或者说影响大吗？这个问题，我问了每一个咖啡店的主理人，得到的答案几乎都是：关系不大，打比赛的豆子和出品与哈尔滨的吧台，



一到用餐时间，壹月咖啡的吧台就异常忙碌，他们不但要供应咖啡，还要供应餐食

完全是两回事。

壹月，哈尔滨咖啡圈里的一面旗帜。如果说目前哈尔滨有一家可以以团队面貌代表这座城市水准的咖啡馆，那就是壹月。“壹月”的意思是每年的开始，无论日子怎么过，每年都有个一月。主理人老孟是壹月的灵魂，她的全部都在这里。

怎么形容老孟呢？她像一个侠士。她不是一个孤身作战、来去如风桀骜的独行侠，她深知在哈尔滨这座城市，一个人的力量太薄弱，而是需要集结出一个门派，即便每个人的力量不足以在咖啡江湖独当一面，但当身后有一个门派的时候，至少是有底气的。老孟就是壹月门派的掌门人。

见到老孟的第二天，她就要带着店里的咖啡师宋宏宇去云南打比赛了。今年2月，第八届中国咖啡冲煮大赛（俗称“云南杯”）北部决赛在哈尔滨举办，因为疫情的关系，原本应该属于华北赛区的北京被归入了进来，这给其他城市带来巨大压力。最终晋级的前五名，有3个北京的，小宇拿了第五，进入3月下旬的全国决赛。小宇今年只有19岁，学咖啡不过两年。小宇喜欢站在吧台的感觉，跟客人分享，就像老孟说的，“她们都是咖啡基层工作者”。

大学毕业后，老孟考了两年公务员，没考上。于是想着那就别考了，干点别的吧。那时候，她总和朋友去老派的咖啡馆待着，谈天说地，听音乐聊文艺，于是就想，自己开个咖啡馆不好吗？2012年，老孟在红霞街开了第一家壹月咖啡。当时的店铺是一家只有30多平方米的小门面，老孟说它是“壹月1.0”。头半个月，除了熟人，一个客人都没有。老孟天天一个人坐在店里，特无聊，开咖啡店跟她想象中完全不一样。

她到现在还记得自己真正意义上的第一个客

网红店，不需要引领，只需要迎合。但壹月和鹿鱼，是哈尔滨咖啡店的引领者，复制不了。

人。是一对情侣，现在结婚了。那时候哈尔滨像样的咖啡店没几家，他们喜欢咖啡，就总来壹月，接着自己也开店了，但后来没坚持下去。壹月开了10年，后来陆陆续续这样的客人很多，老孟眼看着客人从初中上到大学，离开哈尔滨，去闯世界，又看着他们出国、结婚、生子，难得回国来店里喝一杯。

壹月1.0开到第三年，老孟迷上了烘焙，于是把壹月换到了一个偏僻的店面，面积大了很多，她开始购置设备，一边烘豆，一边做咖啡培训。那时候能一起交流的人很少，网上的资源也不多，学拉花都是看着视频学的，自己在家练习，拉出一个简单的心形都要琢磨很久，不是像气球就是像个烂桃。那时她总结出了很多做咖啡失败的经验，这些经验在她后来教其他人咖啡的时候都变成了有用的经验。但这条路在当时的哈尔滨仍然行不通，要想只靠烘豆和培训活下去，太难了。还是需要一个更大的门店。

2018年，老孟把店开到了现在的位置。老孟一直想做纯粹的咖啡店，只卖咖啡。但为了更好地活下去，壹月3.0不得不曲线救国，加卖一些西式简餐。这的确很有帮助，壹月现在是哈尔滨最赚钱的咖啡店之一。老孟靠卖餐赚钱，其实只为了一个理想，就是送自己的咖啡师去打比赛，她想培养一个从哈尔滨走出去的冠军。为什么冠军如此重要？在老孟看来，一旦这座城市打出一个冠军，那么整体的咖啡水平就会被带动起来，会有质的提升，客人对咖啡的消费意识也会变得不一样，随之而来的，还有各大咖啡产品的赞助和品牌合作，甚至买到一款好的咖啡豆都会容易一点。

老孟想做哈尔滨的这面旗帜，她想把这座城市的咖啡认知再往前推一推。所以，就像当年的大鹏一样，如今老孟最大的投入也是打比赛。为了小宇参赛，今年从2月的北部决赛到即将到来的全国决赛，老孟大概投入了三四万元，这还不算之前的一些设备投入。三四万是什么概念？差不多是店内利润的30%，就是说，如果花3万块钱，需要有10万元的营业额来支撑，这差不多是壹月半个月的流水。但这半个月是非常辛苦的，其他店员可能要付出更多精力和相互协调，才能维持门店的正常运转。而小宇就要在这种压力下专注备赛。

在哈尔滨，除了壹月，还有一家规模更大的独立咖啡店——鹿鱼。鹿鱼也开了10年，在中央大街旁的红专街上。现在的鹿鱼开在一栋俄式老建筑中，外立面没有翻新，斑斑驳驳的，还保留着原始的样貌。这栋建筑原是一家俄国犹太人开的私人诊所，老板从小在这条街长大，对这栋楼也很熟悉。后来因为喜欢咖啡，就租下一楼的房子，2012年开了第一家店。后来慢慢扩张，把楼上和对面都租了下来，现在的鹿鱼有3家门店，每家风格都不一样，一家是传统休闲的状态，二楼是法式宫廷下午茶风格，马路对面则是美式复古风格。客人来了，店员会根据客人的需求推荐不同的门店。

由于特殊的位置，在这些独立咖啡店中，鹿鱼是最面向游客的。老板做室内设计出身，喜欢琢磨各式的特调咖啡，就像设计房屋一样，咖啡在他看来也能翻出各种花。冻梨咖啡是用冻梨果泥与咖啡混合制成的；“旧壁炉”里，混合了泥煤威士忌与咖啡，散着一股浓重的烟熏与泥煤味，这是因为二楼有一个旧屋留下的老式壁炉；“面包街43号”是因为这个位置在老哈尔滨是面包街，老板加了黄油、燕麦、啤酒特调出这杯有面包口感的咖啡。

如今，无论是壹月还是鹿鱼，都是哈尔滨标志性的咖啡店，虽然在网络上很热门，但它们都不是所谓的“网红店”。在哈尔滨开一家网红店其实不难，因为是面对下沉市场，不需要原创，只需要复制，复制北上的成功经验，从产品设计到室内风格都有非常多成功的模板可以参照，甚至都不需要百分百复刻，只需要做到六七十分，就可以拿准哈尔滨的大众市场。网红店，不需要引领，只需要迎合。但壹月和鹿鱼，是哈尔滨咖啡店的引领者，复制不了。



上图：鹿鱼咖啡白天是咖啡馆，晚间是酒吧

下图：鹿鱼咖啡开在中央大街旁，这栋老建筑建于1931年，曾是一家俄国犹太人开的私人医院

从咖啡师到烘焙师

毛小豆的 Mint 咖啡店里，放了一盆咖啡树，波旁种。也许是因为东北的暖气够足，能够支持咖啡树成活，我在另一家及时咖啡店里也看到了。毛小豆说，树上结的果应该是红色的，但有时候气温不稳定，之前结的果是黄色的，第一年产量很小，豆子带有明显的青椒味，又有点甜，今年结出的果子比去年甜味更重，青椒味就相对弱了一点。盆里放的土，就是院子里挖出来的黑土，用黑土养咖啡树，挺神的。

过年前，她刚把店里翻新了一遍。大约 6 年前，她从房东手里租来这套房子开咖啡馆，一楼有个院子，天气暖了，可以坐在院里喝咖啡。原来的装修偏日式，原木色与白墙的搭配，用的时间久了，显得有些过时，于是毛小豆想着重新捯饬一下。现在的风格依然很简约，没有任何花哨的设计，就像毛小豆这个人一样，她喜欢很扎实地做咖啡，研究技术，琢磨怎么烘豆子、冲咖啡。她也会在店面的设计上注入一些小心思，一进门有一张大长桌，可以七八个人围坐，那是原先吧台的木板改造的。毛小豆很喜欢这个桌子，她觉得咖啡馆的空间应该是共享的。不过，并不是所有客人都喜欢跟陌生人共用同一张桌子。起初，这张大桌只坐一两个人，新来的客人一看有人，就会坐到别处去。改变发生在今年过年那段时间。疫情过去了，旅游和返乡的人暴增，春节期间咖啡店的生意都很好，几乎每家如此。人一多，没地儿坐，只能都坐到大桌上，一言一语地就聊了起来，有熟客有新客。春节过去后，让毛小豆没想到的是，再来的客人对大长桌变得不再那么排斥，对于身边坐着一个陌生人喝咖啡也逐渐接受。这让她很开心，她觉得哈尔滨的咖啡消费者正在一点点地改变，不单是在精品咖啡这件事上，而是对咖啡馆文化带来的生活方式的认可。

毛小豆自烘豆，偏向浅烘，这也是第三波精品咖啡浪潮下的趋势。浅烘会表达出更丰富的风味，崇尚明亮的水果调和花香调，甚至开始讲究咖啡的节令性。不过毛小豆也喜欢找一些小众的豆子，有特定特质的有趣的豆子。她记得有一款卡杜龙，这款豆子天然就带有浓重的巧克力香气，无论是什么批次，怎么处理或是怎么烘，都掩盖不住它的巧克力调。只是在不同方法的处理下，所呈现出黑巧克力的比例和先后顺序会不一样。毛小豆会用中烘的方式去处理，但不会烘得特别深，既然豆子本身没有花香，那就索性只表现它后段的风味，突出厚重感。

毛小豆也参加过一些烘焙比赛，但比赛与平时自烘相比，因为有所不同，比赛适用的采分点，并不是令她兴奋的那个点。如果一支豆子从浅往深烘，拉长时间线来看，那么最先释放出来的是豆子本身的各种风味，接下来是甜味，再之后是苦，最后还有可能会出现咸味。如果要保留甜味多一点，风味就会有所损耗，如果深烘到苦味更重，那么风味和甜味就会都损失不少。这就是咖啡口感的变化。毛小豆烘的豆子，喝起来很柔和，她崇尚保留更多的风味，哪怕损失掉一些甜感，但甜感是打比赛的一个采分点。这样一来，日常烘豆和比赛烘豆就要采用不同的方式，也就是调出不同的烘豆曲线。

在哈尔滨，这几家独立咖啡店都自己做烘焙。一来是降低成本，购买生豆比熟豆要划算得多；二来也是寻求咖啡豆上的差异性，他们希望烘出不同的风格，找到专属自己门店的特色。毛小豆用的是一台老款的燃气烘焙机，需要靠外挂的温度计，但毛小豆用顺手了。有一天我们去，赶上她刚到一批生豆，有洪都拉斯小草莓庄园的瑰夏，还有哥伦比亚 eldiviso 的希爪。她很兴奋，都是很不错的豆子。我们等着她烘出来，迫不及待想尝一下，不过刚出炉的熟豆带着一股爆米花味儿，还得养几天。小豆说：“冲一杯试试吧，来都来了。”洪都拉斯的瑰夏，比著名的巴拿马瑰夏价格低不少，但风味上并不逊色很多，水与粉一融合，高甜度的柑橘调散发出来，喝一口，虽然的确有股爆米花味，但遮掩不住它的风味，小豆很开心地跟我们嘚瑟：“放两天，这绝对是一款好豆子！你能喝得出来，就算它现在的味道还有很重的烘焙的火芯子味儿，但你能喝得出来！”

叁果的主理人小白也在研究烘焙，她用的是电烘，在操控上跟燃气的有些不同，大概就是在煤气灶上烧米饭跟电饭锅的差别。叁果的“叁”

是无尽轮回的意思，小白是个很淡然的、看得开的女孩，她没有对咖啡的执念和使命感，也不给自己太重的包袱，虽然也深知哈尔滨的咖啡环境不那么好，但“想那些有什么用呢？得放下执念”。最近她正在研究一款埃塞俄比亚白兰花咖啡豆，试了几次，却总有点不成熟的味道，前调的明亮和柔和做得很好，但到了尾调会感到有一点点的苦感，她还在不断改进。



叁果咖啡的主理人小白

坚持容易，放弃才难

我问过这几位主理人同一个问题：有没有想过离开？为什么一直留在哈尔滨？

大心曾经因为要照顾家中的老人，选择不离开；毛小豆是从上海回来的，希望留在家人身边；老孟每次一有离开的冲动时，看看客人们的评论，每个人都在挽留，都在说自己离不开壹月，壹月离不开老孟，她就心软了，“这可怎么走”；小白对于在哪完全无所谓，“在哪不都是一样？”哈尔滨挺好的。他们都是土生土长的哈尔滨人，是难得留下的。我总觉得，他们对咖啡有种执念，从烘焙到冲煮，要做出一杯好咖啡，但更重要的是，要在哈尔滨做出一杯好咖啡。

发稿的前一天，今年“云南杯”的决赛在云南保山结束。小宇在自选环节做得很好，分数也高。根据老孟的介绍，她采用了德国产的 cuptimo 滤杯，通过给下壶减压的方式控制咖啡流速，真正完成了冲煮用水对咖啡粉的萃取，而且是一次超快速出品。这是一种比较颠覆性的冲煮方式，灵感仍是来自吧台。老孟总说，他们是咖啡基层工作者，打比赛也是为了回归吧台，他们不是“美美地做咖啡的咖啡师”，不挑环境，也不挑吧台，“在地上我们都能冲一杯好咖啡”。遗憾的是，在指定豆子的冲煮环节，小宇没发挥好，最终止步六强。

老孟有两个执念，一是要让哈尔滨出一个全国冠军，二是要去掉现在壹月的餐食，回归到纯粹的咖啡店，只卖咖啡。她虽然一直不喜欢自己的卖餐，但为了赚钱，也无可厚非。

去年老孟被确诊癌症，结肠癌，她开始重新正视自己心里最重要的东西。她说要加快节奏了，

虽然也深知哈尔滨的咖啡环境不那么好，但“想那些有什么用呢？得放下执念”。

“我要争取在今年把餐去掉，我要让哈尔滨有能在全国有影响力的咖啡店”。老孟特希望，自己只靠卖咖啡就能养得起手下的这帮“小孩”，让他们好好打比赛、做咖啡。现在老孟每三个月要做一次复查，每半年要做一次大检查。她以前工作的时候，精力极其充沛，永远像是打了鸡血，恨不得每天能工作 16 小时，现在觉得身体大不如前。“我也没别的什么爱好，所有的东西都在这个咖啡店。我现在就想早点完成理想，早点退休，然后去享受生活，陪陪家里人。”


思啡咖啡学院的学员越来越多

在哈尔滨咖啡圈打拼了十几年的大鹏，在疫情期间做了更彻底的转型。他在中央大街附近开了自己西餐厅“仁义涵”的新分店，他把咖啡放在了次之的位置，餐饮才是店里的主打。“仁义涵”，是大鹏三个孩子名字的最后一个字，自从有了这三个孩子，生活压力变大，他非常明确一点，只开咖啡店会让孩子和家庭过得很辛苦。因此，他采取了一种更曲线救国的方法，让咖啡飞得更久一点。当有朝一日哈尔滨的咖啡市场可以实现所谓的精品咖啡规模化时，他会回归的。这是他对咖啡的执念。

某种程度上来看，思啡咖啡学院现在正在做很多大鹏曾经尝试过但处处碰壁的事情。主理人孙静和李锦涛打理着这个空间，他们做咖啡培训，组织了首届哈尔滨的咖啡节，孙静说下一届她想扩大规模，吸纳更多外地的咖啡店来参加。孙静看到的市场是活起来的，哈尔滨咖啡市场的链条在转动，钱也是可以流动起来的。这就让每一个咖啡店的主理人看得到希望。

鹿鱼是哈尔滨目前最大的精品咖啡店，但疫情期间对门店新增的大笔投入，对主理人打击不小。他看起来吊儿郎当的，一副东北顽主的样子，但实际上非常在意他精心设计的咖啡与门店。他琢磨着，“开个烤肉店吧！开啥咖啡店啊？在哈尔滨做餐饮的归宿就是烤肉店”。

毛小豆和大心，都是踏踏实实做咖啡的人。大心自己总说：“除了咖啡，我还能做什么呢？这是我能做且能做好的事情。”大心很快会在大连开新店，毛小豆则更专注于做咖啡本身，她想烘出像有容乃大那样好的咖啡豆，做一家那样的咖啡店。小白短期的理想也是好好学烘焙，小白最有意思了，看似什么都不在乎，但她也是会焦虑的，我问她为啥焦虑，“因为有上进心呗！”

“其实你去的这几家，已经算是哈尔滨的头部，能够代表哈尔滨的水平。即便放到北上这些大城市，也可以有立足之地。但我们数量少，北京、上海有上百家这个水平的咖啡店，但我们哈尔滨只有这几家。”老孟说。他们都说在哈尔滨做咖啡师都是在夹缝中生存，但这几个人都没离开，这些年一直执着地开着咖啡店，我问那个执念到底是啥，小白是这么说的：“因为坚持容易，放弃才难啊。”



ISSN 2096-9740
国内统一刊号：ISSN 2096-9740
CN10-1742/C
邮发代号：82-51 定价：25 元



俄式老宅与“野路子”

主笔 · 薛芃　摄影 · 蔡小川

如果比赛与冠军是好咖啡馆的唯一标准，那就太单调了。甚至我会觉得，与如今流行强调花香、果香浅烘酸调的精品咖啡相比，哈尔滨这座城市，本身就是一款醇厚的深烘豆子。

差不多100年了，这房子没进驻过外人。在成为咖啡馆之前，一直是私人住宅，直到去年12月，咖啡馆“罐头盒子”搬来。

“罐头盒子”的主理人小博好奇房子的身世。因为这房子一直在私人手上，资料很少，好多信息都是从原来的老人和街坊那儿听来的。据说最早的时候，是一对白俄夫妇的家，经商的。那还是沙皇俄国的时代。20世纪初的中央大街，是商户的聚集区，有根据经营品类划分的面包街或是药铺街等等。夫妇俩修建了这栋二层住宅，50年代撤侨的时候离开哈尔滨，和很多俄侨一样，房子就移交给了中国政府。政府收回之后，像这种位置好、面积大的俄式住宅，多是下分给政府各职能部门的干部居住。



左图："罐头盒子"的门厅，就像主理人自家的客厅一样，客人来来往往，平日里总是很热闹

右图："罐头盒子"开在一栋俄式老建筑内

小博聊起这些的时候，小咖啡馆10平方米左右的前厅待了五六个人。除了我和摄影记者小川俩外地人，其他都是哈尔滨人。吧台坐俩，通往吊铺的楼梯上坐一个，坐累了就站会儿。这间门厅就像是小博家的会客厅，来往朋友都熟，喝一杯咖啡随便唠几句。

说起老哈尔滨的故事，他们每个人都能唠一车——老道里西方人住得多，他们建的房子又大又宽敞；老道外多是本地的小商贩居住，他们会模仿西洋建筑的样式盖楼，又加些本土的元素，比如能在外立面的罗马柱旁看到雕刻的牡丹花；道外的房子普遍很小，直到商品房兴起，不少人家都是三代人挤在一套不大的小住宅中；还是道里人洋气，俄式舞厅、电影院、俱乐部、面包房、咖啡厅、西餐厅都开在老道里，玩牌可不玩一般的扑克，玩的都是桥牌。哈尔滨有一种传统的炉子，炉圈像套娃一样，大小不一地一圈圈套着，后来人们用它烧水烹茶，但最早是俄国人带进哈尔滨的，他们总会在炉子上放一个咖啡壶，炉子上一直生着火，咖啡就一直煮着，想喝时随时喝上一口。

哈尔滨人热情又善言，听他们三五人聚一起唠嗑，话从不落地，100年前车水马龙的哈尔滨就在眼前了，热热闹闹、噼里啪啦的，混杂着各种人群，讲着俄语、日语、关内的山东话和其他各种语言和地方方言，几乎每个人都是一半中式一半西式的生活方式，相互影响和交融在一起。如果说因为是租界，老上海人的西式生活方式是侵入性的，那么老哈尔滨人的西式生活方式是融在骨子里的，因为修建中东铁路和大量难民流入，哈尔滨人和俄国人生活在一起，没有严重的阶级分化。一个大胡子的哈尔滨小哥说，他看过一个报道，讲当时中央大街人行道原本是木道板，下面是石头道，上面铺着木板，石道是跑马车的，木道是走人的。当时会有警察执勤，禁止衣冠不整的人走木道，但不分国籍，不管是哪国人，只要求穿着整洁。

"罐头盒子"所在的这栋俄宅是一栋双面楼，如果俯视，可以看出两栋平面格局相似的建筑背对背靠着，呈镜像，一面对着红霞街，另一面对着中医街，背面的那栋建于1912年，这栋则是后建的。老房子让小博这位临时主人很是自豪，她说老哈尔滨的街道多是斜街，正南正北的房子很少，可这一栋几乎是正南正北，偏差不过几度。

吧台是属于主理人小博的，"80后"，齐耳短发齐头帘，一副大框眼镜，穿着卡通图案的卫衣，长在了她背后琳琅的杯架中。小博说话很密，就像咖啡馆里密密麻麻地摆满了各式玩具一样，把人包裹在其中。进了里屋，咖啡馆就没信号了，因为这墙有半米多厚，离地也有半米。

第一次来"罐头盒子"那天，小博给我上了一支中深烘的曼特宁手冲。她说自己玩咖啡，完全是"野路子"，不比那些"学院派"正统又规矩。不过她下的功夫一点也不少，大约10年前，她入了咖啡的坑，起初分不清生豆、熟豆，甚至不知道现磨的咖啡更好喝。那时小博对咖啡的认知还

停留在星巴克的阶段，后来慢慢接触到更专业的意式和手冲，咖啡的本味开始颠覆她对咖啡的认识，把加糖加奶那一套咖啡概念全部抛弃了。

这支曼特宁，小博用了中深烘，她没有让豆子达到完全深烘的状态，希望还能在巧克力醇厚烟熏感的口感中，保留一点果香的酸感。“我冲咖啡追求平衡，如果客人喜欢个性的话，我也可以给他做得很个性。”小博在意自己冲出的咖啡，酸与苦都不突兀，是一种内收的含蓄的口感，不能有一点尖锐。

与现在市面上追求的偏酸质的精品咖啡相比，小博偏向把豆子烘得深一点。她给我尝了一款肯尼亚，特意也做了中深烘，这要是放在南方城市，不多见。在小博看来，东北人口重，吃东西也偏咸，直到现在，很多人也不愿意接受浅烘咖啡的酸味，而是偏爱更厚重的深烘，而且一旦追求浅烘的酸感，在突显各种风味的同时，豆子的其他缺点也会被放大。小博根据哈尔滨人的口味，这些年也在一点点调整自己的烘焙。

在“罐头盒子”之前，小博和爱人开了6年咖啡馆，叫“黑罐子”，英文都是blackcan。新店的中文名改叫“罐头盒子”，一个原因是哈尔滨人对罐头情有独钟。其实之前的那家店主营复古玩具，咖啡只是顺带，客人都是冲着他们的玩具来的，赶上小博冲咖啡，就喝上一口。就这样，小店“养”了6年的客人。所谓“养”，是培养，培养客人对咖啡的认识，从喝一口手冲直皱眉头，到现在可以根据自己的口味选择一支当天想喝的豆子，这都是一点点养出来的。

小博发现，来她这儿的客人里，并不都是年轻人，还有不少岁数大些的中年人。店里晚上开到八九点，年轻的“小孩”晚上来，多是喝点没有咖啡因的饮料，“晚上不喝咖啡，会睡不着觉”。可岁数大的人从来没人说这话，来了就是咖啡，他们会非常客观地看待咖啡，影响睡眠的可不只是咖啡，还有那些把责任推卸给咖啡因的烦恼与琐事。

在小博看来，哈尔滨人是很能接受新鲜事物的。千禧年之初，她和爱人开始做服装生意，从广州进衣服到哈尔滨，哈尔滨人接受度很高，而且挑剔，一定要潮流的，对审美和品质都很有要求。“可哈尔滨人接受新鲜事物的能力在逐渐减退，越来越弱。”到了2010年之后，这种势头愈发凸显。所有人都能看到，哈尔滨的年轻人在严重外流，除此之外，网购和社交媒体的兴起打破了传统进店购物的自主性，人们走进店里，拿着手机，开始寻找网络同款。直到现在，“同款”已经侵占了大多数消费者的审美。哈尔滨的网红咖啡馆也是这样，甚至还有点滞后。

小博的复古玩具店也遇到了这个问题。以前的客人，都是费尽心思在杂志书籍上找到一款喜欢的玩具，跑来找小博，问她有没有，每个人对着这张图片都能说出一大串，什么限量版、小机关的，问各式玩具的都有。现在喜欢复古玩具的人少了，个别冲着玩具来的客人也是对着手机，找小红书同款，来来去去，只问那几个爆款。玩具卖不动了，咖啡却火了。精品咖啡成了新的流行趋势，小博决定不再送咖啡，要认真地卖。于是，越来越多的客人就把她这儿当成了咖啡店，玩具们成了拍照的氛围。

在哈尔滨的倒数第二天，下雪了。是场疾雪，绵绵密密的一落地就化了。但架不住下一夜，雪还是积了起来。这雪下得令人兴奋。这几天认识的新朋友一早就发来消息，说气温高，雪站不住，我以为意思是路面滑，站不稳，让我们小心走路，后来才知道，原来化雪时的哈尔滨最是让人“嫌弃”，雪积不住，到处脏兮兮的，这是这座城市最丑的时候。下雪的第二天，我们先去了罐头盒子，顺着中央大街拐到红专街，就到了戈雅咖啡。戈雅是咖啡店的主理人，因为喜欢18世纪西班牙艺术家戈雅，

“罐头盒子”的主理人付博



上图：戈雅咖啡原本是一间自住的工作室

下图：下雪后的哈尔滨夜晚格外静谧


戈雅咖啡主理人戈雅

又跟自己的本名谐音，身边的朋友都这么叫她。她是个职业艺术家，以画画为生，在开咖啡馆之前，这里一直是她的工作室，戈雅已经在这所房子里生活了10年。楼下还有间地下室，她改造成了一个艺术空间，定期做一些展览或小众影片放映。

红专街以前叫面包街，街面上很多做面包的人。这套房子的主人曾经就是一对开面包房的俄国夫妇。房子挺好找的，红专街挨着中央大街的路口，有个小院子，一进院门，就是一栋三层的红砖楼，这种折中主义的俄式民宅是当时流行的风格，一扇窗户边挂着个小小的“coffee”牌子。院子里有棵老丁香树，跟这栋老建筑是同时期的。每年5月开花，院子又是个凹形的，香气就闷在院子里散不出去，整个院子都是丁香的香气。于是，戈雅就做了一款特调的饮品，叫“丁香树下”。

戈雅今年50岁，她有着70年代生人特有的理想主义情怀，爱读小说，热爱文艺，虽然看起来很温柔，说话轻声细语的，但却偏爱爆裂的、情绪充沛的表达。她喜欢表现主义，自己的画也偏向这种风格。因为下雪了，与前几日第一回来时的气氛很不一样。戈雅是土生土长的老哈尔滨人，她觉得，只有下雪的哈尔滨才“最哈尔滨”。雪是东北的一部分，下雪的时候整座城市静谧无声，她喜欢这种时候坐在自己的工作室里，老建筑墙体很厚，把屋里的人与外面的天寒地冻隔绝开来，可窗户又高又大，屋里屋外又是一体的。俄式老宅的盥洗间很讲究，干湿分离，洗浴和盥洗是分开两个门进去的独立房间。街坊四邻都是原住民，傍晚站在楼道里，楼上传来钢琴伴奏的女中音歌声。晚上气温降了下来，楼外的雪还在。

20年前，戈雅开过一家咖啡馆，在哈尔滨建筑大学附近，可那时候喝咖啡的人特别少，开咖啡馆纯粹是个人爱好，既卖咖啡又卖酒，后来实在卖不动，就不开了。直到前年的时候，她的咖啡馆理想又萌生了。自己的工作室是个现成的空间，她几乎没有改动任何格局和内部陈设，原先收藏的老旧家具仍放在那儿，复古柜子、桌椅，这些曾经的爱好现在成了新的流行趋势，年轻人很是追捧。就这样，咖啡馆开张了。戈雅说这是自己的“退休生活”，给自己找点事做。

跟打比赛、追求冠军的精品咖啡店相比，这些开在老房子里的咖啡店，咖啡不是绝对的主角，也大可不必遵循商业化精品咖啡的规则。如果所有的咖啡都是单一产地冲煮出来的80分的标准味道，那咖啡可就太没意思了。他们的咖啡都自成一体，各有各的方法论，都是“野路子”，喜欢的人则会格外偏爱。戈雅标志性的咖啡叫“戈雅的天空”，是一款黑色的奶咖，有咖啡的苦涩味，他们都用M2M的熟豆，又有肉桂和苹果的香气，至于黑色，是加了特殊的食用碳，以呼应戈雅晚年灰暗的人生。

还有一款“哈尔滨的忧伤”，我第一回来的时候就点了一杯，戈雅一再叮嘱我：“你想好了再点，因为有酒精，酸甜苦辣的味道都有，口感比较复杂，很多女生好奇点了一杯，但都不爱喝，嘬一口拍个照就放那儿了，总是浪费。所以你想好了再点，点了就得喝完。”我心想这得多难喝？我对自己的耐受力还是有判断的：“那就尝尝呗，喝得完。”咖啡中大约加了10克的朗姆酒，还有青柠的酸涩味，是有点复杂，但没有想象中浓重。《哈尔滨的忧伤》是一本讲俄侨在哈尔滨生活的小说，我第一次听戈雅说哈尔滨是多情的，有点愣住，在她的眼里，哈尔滨是个情感丰沛的城市，辽阔又细腻，因为历史的原因，这座城市带着一种超越当下经济衰退的傲骨。戈雅的儿子在法国念书，她身边很多朋友的孩子都在国外念书，但这些小孩都对哈尔滨的感情非常重，好像不是单单因为家乡的情结，而是因为哈尔滨城市本身的魅力，很复杂，又土又洋，又饱满又缓慢。这让我想起早几天在“隐咖啡”，这是一个专门卖日式深烘的咖啡店，主理人在墙上贴了一张小字条，是位客人送的一句话，说他家的咖啡苦，但“苦得很有礼貌”。

美国为什么还会发生银行破产？

主笔 · 谢九

最近，美国硅谷银行破产，在全球市场引发了一场小型地震。对于这场还没有完全消散的银行危机，值得反思的问题在于，美国经历了2008年次贷危机的冲击之后，无论是金融机构的风险控制，还是监管力度，都有了很大提升，但为什么短短十几年就再度爆发了银行倒闭这样的风险事件？

从硅谷银行倒闭的前因后果来看，引发这场危机的因素有很多，硅谷银行自身的治理问题、美联储等机构的监管体系，以及投资者的恐慌情绪等多种因素交织在一起，最终导演了这一轮美国的银行破产风暴。

从硅谷银行自身来看，这家金融机构的主要问题在于，对于资产配置的回报率和流动性之间没有做出合理安排，过于追求长期回报率而忽略了资产的短期安全性，当短期资金需求上升的时候，硅谷银行没有合理的应对措施，最终放大了挤兑压力。

硅谷银行的服务对象以初创型企业为主，没有零售银行业务，作为一家中等规模的银行，它给储户提供了相对较高的存款利率，因此吸引了很多中小企业的资金。尤其是美国量化宽松时期，美联储释放出来的大量流动性，通过这些中小企业进入了硅谷银行。2019年，硅谷银行的资产规模大概为800亿美元，到了2022年已经超过了2000亿美元，在全美排名第16位。

硅谷银行吸引了大量中小企业的资金，面临的问题就是如何合理配置这些资产。由于硅谷银行给客户提供的回报率相对较高，就必须追求更高的回报，而在全球金融市场，回报率相对较高而且安全的资产，就是美国的长期国债。所以，硅谷银行将大部分资产都购买了美国的长期国债，期限越长，利率越高。

硅谷银行的这种资产配置，看上去似乎既安全又稳定，但是忽略了一个重要的问题，就是如果大量资金都配置在长期限的资产上，万一短期之内需要资金怎么办？

在硅谷银行的管理层看来，这种场景基本上不会发生，不需要为此担心。但是，随着美联储连续实施大力度的加息，很多中小企业开始感受到了资金压力，尤其是美国的通胀持续居高不下，美联储更是屡屡释放出鹰派信号，表示未来的加息还会“更快、更高、更长”。美联储的持续加息，一方面使得很多中小企业融资越来越难，同时这些企业预期未来的资金面还会越来越紧张，所以不得不从银行提取大量资金准备过冬。对于硅谷银行这样以中小企业客户为主的银行，就需要准备大量资金应对客户的资金提取要求。这个时候，硅谷银行大量配置长期限美债的做法，就开始出现问题。

在美联储持续加息的影响下，美国的国债价格随之下跌，长期限国债价格下跌的幅度更是高过短期，出现了价格倒挂。对于硅谷银行而言，持有的长期限国债如果不需要提前变现，市场上的价格波动其实没什么影响，但是一旦需要提前变现，美国国债的价格波动就会导致实实在在的亏损。

由于客户短期之内的资金需求量极大，硅谷银行需要快速筹集资金，便不得不以跳楼价出售手上的国债。按照硅谷银行3月9日发布的公告，公司以亏损18亿美元的价格出售了210亿美元的证券，其中主要是美国国债，并且同时计划筹集22.5亿美元的资金。这份公告引发了投资者和储户的巨大恐慌，更多的储户开始加速提取资金，硅谷银行的股价暴跌60%多，一天之后，硅谷银行宣布倒闭，美国联邦存款保险公司（FDIC）予以接管。

硅谷银行破产之后，公司的几名高管被投资者提起集体诉讼，理由是他们隐瞒了“利率上升

将使硅谷银行特别容易受到挤兑影响”这一事实。当然，硅谷银行发生挤兑的可能性，到底是高管事前刻意隐瞒，还是根本没有意识到，将是一大悬案。

在这一轮银行倒闭风暴中，美联储等金融监管者的责任在于，对于持续加息可能给市场带来怎样的冲击，对其复杂性估计不足，而对于金融机构在加息周期中的资产质量恶化，也没有足够有效的监测工具和手段。直到硅谷银行破产之后，美联储和美国财政部才紧急打补丁，宣布保障储户的资金安全等，最终也是引发了巨大的争议。

去年3月份，美联储以25个基点的加息力度，拉开本轮加息周期的帷幕。在这次加息之前，美国通胀的迹象已经非常明显，但是美联储坚持认为通胀只是短期现象，所以加息的时间和力度都不及市场预期。随着美国后来的通胀持续失控，美联储的鸽派做法引发巨大批评，美联储不得不迅速转向鹰派，持续以75个基点的超强力度加息，给市场带来了全面影响。

美联储主要有两大核心职能，一是对抗通胀，二是关注就业。由于美国这一轮通胀的韧性超出预期，去年下半年以来，美联储持续加息的力度堪比上世纪80年代的超级加息周期。当美联储将全部精力放在对抗通胀的时候，忽略了加息对其他领域带来的冲击，比如银行业。

在传统观念看来，银行一直是受益于加息的，因为在加息过程中，银行通常会将贷款利率最大化，但不会将存款利率同步提升，这就会使得银行息差提高，银行利润得以增加，所以银行往往是加息的大赢家。

但像硅谷银行这样，因为资产过多配置在长期限国债上，加息带来对短期资金的需求，导致硅谷银行无法应对挤兑危机，这种溢出影响不仅超出了硅谷银行管理层的想象，连美联储等监管机构也没有预料到这种情况的发生。而当硅谷银行的资产质量随着加息而恶化，整个过程没有任何监测系统发出预警。当硅谷银行的危机浮出水面之后，穆迪迅速下调了硅谷银行的评级，但在投资者看来，显然为时已晚，如果有任何第三方能够提前对硅谷银行的危机发出警告，或许就可以避免这一轮银行挤兑和倒闭风暴。

对于金融监管机构而言，如果总是在事后被动应对，而不能做到未雨绸缪，那么，面对纷繁复杂的金融系统，也就很难避免下一次危机的到来。

惊蛰至 跟随明锐 PRO 体验
“有声有色”的春日出行

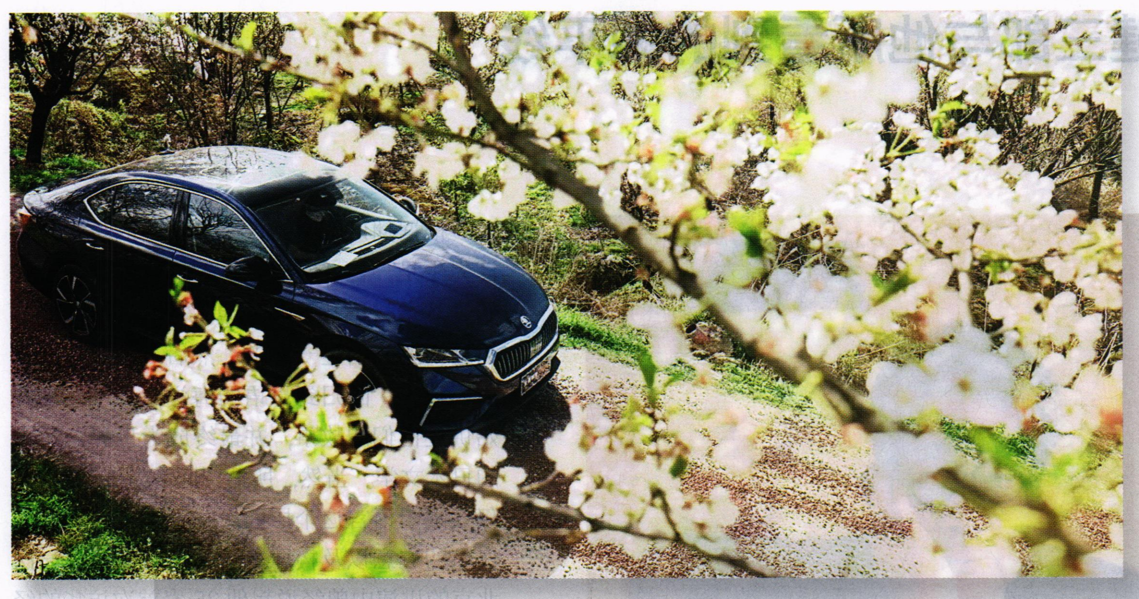


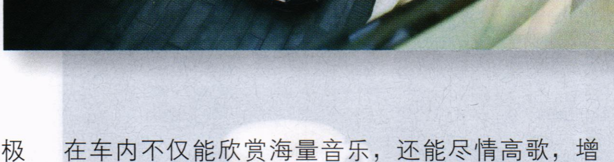
春雷响，万物长；惊蛰至，春耕始。惊蛰象征万物复苏，生机勃勃。明锐 PRO 凭借全面进阶的色彩及设计美学、车载网联，为用户在蓄势待发的一年之计，打造“有声有色”的出行体验。

惊蛰一候：桃始华

逃之夭夭，灼灼其华。蛰伏了一个冬天的桃花开始繁盛，鲜艳的色彩把春景点缀得更加迷人。明锐 PRO 在色彩运用方面深谙消费者的审美之道，配合独具匠心的设计美学，轻松收获“颜粉”的青睐。

明锐 PRO 的主沟通色为上汽大众首次采用的“星云蓝”，对应的英文是 Ultra Violet，直译就是“超级紫罗兰”。对于其是蓝是紫，各位看官心中





自有答案。这奇妙的色彩，不仅新颖时尚，且极具科技感。春日暖阳下，驰骋在桃花林的“星云蓝”明锐 PRO 格外曼妙灵动。

设计方面，明锐 PRO 全新设计的直瀑式格栅运用更加硬朗犀利的格栅轮廓和镀铬装饰，冲击力和力量感十足。3D 晶钻 LED 前大灯细长的灯体造型，极富视觉张力；羽箭式 LED 后尾灯设计从红水晶中萃取灵感，凝练流晶之美。

惊蛰二候：仓庚鸣

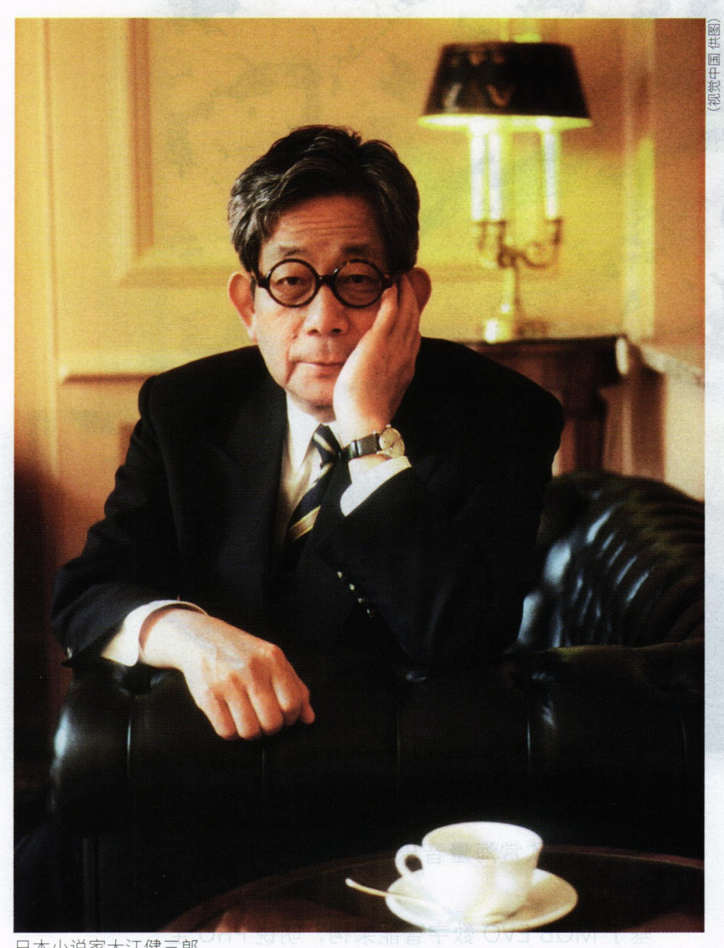
两个黄鹂鸣翠柳，一行白鹭上青天。大自然悦耳的歌声渲染春暖花开的美好景象。拥有“酷狗”“网易云”“唱吧”等车载应用的明锐 PRO，轻松为用户打造“移动音乐厅”和“移动 KTV”，在车内不仅能欣赏海量音乐，还能尽情高歌，增添驾乘乐趣。

基于 MQB EVO 数字智能架构，明锐 PRO 全系搭载的斯柯达智慧车联系统，带来包括智能语音、智慧导航、智享娱乐、智趣出行、智联控车五大功能模块在内的网联服务。伴随“云听”“爱奇艺”等车载应用的入驻，明锐 PRO 的车内智能娱乐不断进阶，不仅是优秀的代步工具，更是联结情感、创造美好生活的移动伙伴。

此外，12.1 吋多点触控液晶中控搭配 10.3 吋 FPK 数字液晶仪表、W-HUD 前风窗抬头显示以及用户手机，可以便捷实现四屏联动；搭配斯柯达 APP、无线 Apple CarPlay、百度 CarLife 等功能，明锐 PRO 化身“移动数字座舱”，带领用户进入全新数字驾乘时代。

大江健三郎与他所看到的地平线

文 · 毛丹青


日本小说家大江健三郎

我最先得知大江健三郎先生逝世的消息是2023年3月13日下午看NHK电视节目，屏幕上突然出现了速报："诺贝尔文学奖作家大江健三郎3月3日因老衰离世，享年88岁。"日语原文"老衰"一词大致上都用作死因的一种，这在中文的语境中不常见，此处暂且按日语原文写。随后，当天下午，日本各大报纸都发行了号外，仅从这一点看，足以说明大江先生的逝世对日本社会所产生的震动。他一生的政治行为都在反对日本军国主义，主张世界和平，捍卫日本宪法第九条，反对修宪。正如著名的电影导演山田洋次所说："这时的我觉得失去了指南针。"(《朝日新闻》2023年3月13日)

根据翻译家鸿巢友季子女士的说法，大江先生是一位"回游型"的作家，因为最开始是从学法语开启的大学生涯，这跟村上春树最初学英语是一样的。然后，两人作为日语小说家，回归到母语的海洋，一步一步开始讲述他们的故事，并最终成为世界文学中的日本文学。当然，所谓"回游型"的说法，仅仅限于语言这个层面，并不完全涉及文学作品的立意以及构思本身。大江先生在一次北京的讲演中曾经说起他25岁首次访华的经历，当时是1960年，日本民众因反对政府把《日美安全保障条约》定位成军事条约，从而爆发了前所未有的群众大游行，在国会审议相关法案的前一天，东京的示威群众与武装警察发生肢体冲突，东京大学日本史学科的女学生桦美智子被当场打死。

"这个事件发生后的第三天，周恩来总理在王府井全聚德烤鸭店宴请我们代表团。在门口迎接我们一行的周总理特别对走在一行人最后边的我说：我对于你们学校学生的不幸表示哀悼。总理是用法语讲这句话的。他甚至知道我是学法国文学专业的。我感到非常震撼，激动得面对著名烤鸭一口都没咽下。"(大江健三郎2006年9月9日在中国社会科学院的讲演实录。译者李薇)

返照目前的日本文学，类似"回游型"的作家几乎等于零，至少从全球文学的视野考量，大江先生的时代或许正处于一个退隐的过程之中。作家池泽夏树在《朝日新闻》上发表的悼文一开头是这么写的：大江健三郎，这是一个多么美丽的名字。三个柔软的元音，全由K打头的辅音接续，再由Z乱入，最终以RO结尾。音节数轻松突破七五调。拥有这个名字的男人不可能不是诗人。(2023年3月14日第36版)

无疑，对于文学而言，语言是一个符号系统，语音是外壳，语义是意义与内容。有关两者之间的关系，谁都知道这是密不可分的，但具体到不同的语言以及语境而言，却又众说纷纭，找到一定之规并非那么容易。对此，21 年前我在一次跟大江先生一起寻访莫言老家的路途上深得领悟。

作为中日两国的文学交往，尤其是在 2012 年莫言获得诺贝尔文学奖之后，有关中日两国诺贝尔文学奖作家的对话很快就引发了公众的关注，现在回想起来，那段珍贵的经历也是一条我对大江先生以及他的文学的理解路径，专此重新详述如下。

2000 年秋天，朝日新闻社出版了我的第二本日语著书，序文是请好友莫言写的，资深责编也是大江先生的编辑，当时先生正在《朝日新闻》上连载有关世界文学的对话，其中与美国哥伦比亚大学教授萨义德的对话最为引人注目，因为他们两位都是介入型知识分子，对各自国家的执政者批评得非常激烈，笔锋与现实社会的距离等于零。2001 年的年初，责编策划了神户的日本读者会，她也从东京专程赶来，除了推介我的日文著书之外，晚上一起吃饭时跟我说："大江先生希望有机会去莫言老家看看。"我问："为什么？"责编说："他说希望能看到文学的原始风景。"其实，这也是托了莫言的福，因为大江先生通过责编最先看到了莫言为拙著写的序文。

莫言的序文记述了 1999 年 10 月的首次访日，当时正好是我弃商从文的第一年，时间上比较充裕，跟他全程同行，开车从神户到京都，然后再从奈良开到三重县的津市，原本打算去鸟羽港上轮渡去三岛由纪夫小说《潮骚》的原始风景神岛看一看，但不巧的是赶上了台风，轮渡停航。于是，一路为了躲台风，开往爱知县，投宿到了一位僧侣好友的寺院。

晚上睡在一间僧房，正中间有一尊佛像，在没有光线的情况下依然发光，很奇妙。再后来，我继续开车一直开到了东京，住在文艺春秋社安排的山上宾馆。据说这里曾经住过川端康成等著名的小说家。三岛由纪夫写过这么一段文字："我没想到东京的中心会有如此安静的住处，设备整洁，有些地方不专业，反而很好，拜托这里不要太出名了。"跟莫言同行的东京之旅，充满了文学的气息，一路上见了很多文人，莫言也接受了 NHK 电视台的首次采访。

当时，我有一个同学一直都做 NHK 的外联以及拍摄的工作，有关莫言的文学自然也成了我们的一个话题，一起餐聚时，兴致很 High。2001 年的年底，朝日电视台著名的《新闻站》节目主持人久米宏邀请大江先生当自己的对谈嘉宾，原本只打算谈一个晚上，但对话意犹未尽，接下来的第二天晚上又继续了这场对话。

我看到这个节目纯属偶然，记得自己是在健身房骑自行车机的时候，很快就被大江先生所说的话给吸引住了。具体说的内容，现在已经记不太清了，但有一句话的印象很深刻。这就是"我想寻找的是文学的原始风景"。从健身房回家以后，我打电话给东京的责编，跟她说可以策划一个大江健三郎寻访莫言的文学之旅，然后又打电话给我的同学，看他是否能够向 NHK 提案，制作一档纪录片。接下来的事情很顺利，2002 年的春节，这个策划终于实现了。

作为主人，莫言从北京启程与我们同行，在拓宽的公路上，汽车一路飞奔，道路两旁的树木、田野，偶尔一扫而过的牛车、马匹，扬起的尘土犹如蒙蒙花絮，在车后卷起一圈一圈的线团儿。大江先生一边往窗外眺望，一边跟莫言说："地平线有时能解放一个郁闷的人。"

莫言答道："地平线应该是天的边儿，小时候我放牛，肚子饿，老是吃不饱，走累了就横躺在地上冲着天上的白云发呆，因为我觉得那白云像是马上会掉进我嘴里的白馒头，看到地平线，我想起饥饿的少年时代。"

大江先生说："我是从山村里出来的，我的老家在峡谷里，四周都是森林，天一下雨，好像整个天都会塌下来，等到天一放晴，树上的叶子似乎也会欢歌起舞，不过，我始终没有见过地平线。"

汽车继续行驶，从车窗向外望去，人的视线与远处的地平线一样齐。进入高密大栏乡的时候，莫言指着路旁的河堤说："这是胶水河，是我们小伙伴乱玩乱闹的地方。那是石板桥，那是我们光



（肖杰 摄）

2002年春节，莫言在老家高密欢迎大江健三郎。（左起）毛丹青、莫言和大江健三郎

屁股往河里扎猛子的跳台。”

大江先生问：“从这个跳台上也能看见地平线吗？”

莫言说：“是啊，这河堤大概就是这一带最高的地方。”

大年三十，大栏乡的家家户户都贴起了大红色的对联，灯盏的红色尤为喜人。大江先生说：“在我的山村里，过年过节都是由恐怖与欢笑支持的，平日非常安静的山村一到这个时候却人潮澎湃，大家在河边烧火吃饭，觉得祖先的灵魂会在河水中游荡。”

莫言略有所思，但当面并没有说什么。我们从车上下来，沿着河堤往前走，眼前是一望无际的土地。冬日的树木没有绿叶，连树干似乎也被浓浓的黄土地染色，犹如土地伸出的臂膀一样。

大江先生走在我的右侧，问我：“为小说家做翻译，你有什么感觉？”

我说：“也许不准确，我觉得自己像一台语言过滤器。比如，莫言的大栏乡跟先生的家乡大濑村只有一字之差，可濑字是水界交叉的地方，跟栏字那种在土地上筑起的栅栏是不同的感受，也许一个是湿，另一个是干。当然，这是我想到的，如果不是先生问，我大概只是想想而已，不会从嘴巴里说出来。”

大江先生听后说：“看来，语言对你更像一个起爆器。”

莫言带领我们从河堤上走进了一条乡间小路，路旁的碎石浅浅地埋在土壤中，有时叫你分辨不出哪个是土块，哪个是石头。如果大江先生，包括莫言本人仅仅是旅游者的话，这样的景致或许再一般不过了，因为它是中国北方农村中很平常的空间，是普通而安静的时间流程。不过，对小说家来说，他们似乎正在观望一幅文学景象，这一景象既是唤起少年时代不灭的记忆，同时也是对现实的多重把握。

莫言一边走一边说：“很久以前，这里是一片荒地，地势低洼，老百姓喜欢到这里放牧牛羊。那时候我只有6岁，印象最深的恐怕就是水，我家后墙有一扇木窗，一把它推开，就能看见河水滚滚东去。发洪水的时候，河水比我们家的屋顶还要高，但凡有劳动力的男人女人都在河堤上抱着被子、砖头，甚至抱着葫芦，随时准备往出现

缺口的地方填补。我站在窗口看着滔滔的洪水感到又害怕又壮观。再有一个印象最深的就是青蛙的叫声，到了夜晚，周围的河水泛滥，淹没田野，成千上万的青蛙一起叫，震耳欲聋，尤其在深夜里，听起来就像发怒的魔鬼吼叫一样。洪水和青蛙的叫声是围绕我童年时期的两大记忆。”

大江先生接着莫言的话说：“我完全可以想象出来一个少年透过木窗用惊恐而兴奋的目光追逐洪水的情景。不过，水与平原都可以看得很远。我的家乡是日本四国的山村，一到傍晚，山涧的上空就会出现灿烂的晚霞，红得就像人体流出的鲜血。有时我觉得那个情景似乎意味着一个宇宙，就像一个小小的卵一样的宇宙。而当时，就在这样一个小宇宙的外部，战争仍然在持续，无论是大海、平原，还是山地，战火不断。我觉得夕阳的云朵就像是战场流出来的人血，所以，我会把类似于幻觉的现实牢牢记住。构成我想象力的基本格式之一就是那片夕阳泛红的、犹如垂死的鱼一样的云朵，逐渐幻化为战场死去的士兵，这从来不会止息的，是一直在我眼前蠕动的景象。”

其实，大江先生在许多讲演中一再提起对战争的痛苦记忆，有一篇题为《面向未来的记忆》我也读过。大江先生的表述也许是一次触景生情。这是因为看见了地平线吗？还是因为勾起他少年记忆的那道山涧的景观呢？对此，我无从猜测。我们从乡间小路回来，莫言在他家里盛情款待了大江先生，他们坐在土炕上谈论文学，然后又坐到炉灶边喝起了酒，喝到夜半。窗外的爆竹声越来越大，农村一年一度的最大喜庆似乎是从惊雷一般的轰鸣中开始了……

大江先生结束了对莫言老家的私访，并跟莫言在高密话别后，从青岛飞回了北京。一路上，我发现他总是在不停地写着什么。于是，我直接问了他，他对我说：“能看见地平线是我小时候的一个梦，我这次看到了，而且是永远的地平线，文学纪行让我圆了一个少年梦。”

2018 年夏天，讲谈社出版发行了《大江健三郎全集》（全 10 卷），刚才重新打开翻看，看到他的发刊辞是这么写的：“我就是这么一个写小说的人，现在仍然活在写的连续之中，并准备终结一生。”

（毛丹青，旅日华人作家）

不识数

文 · 苗炜 图 · 孙愚火



有一个绘本叫《你能数到10的100次方吗》，小孩子看一下就能理解，10的100次方就是1后面有100个零。理解何为“googol”比理解什么叫“恒河沙”，要容易一些。

我教孩子数数的时候，遇到一个麻烦，“兆”是多少？我百度了一下，按照元代《算学启蒙》记载的数字单位，由小到大依次为一、十、百、千、万、亿、兆、京、垓、秭、穰、沟、涧、正、载、极、恒河沙、阿僧祇、那由他、不可思议、无量大数，万以下是十进位，万以后则为万进位，即“万万为亿、万亿为兆、万兆为京”。如果按照南北朝《孙子算经》中的说法，“凡大数之法，万万曰亿，万万亿曰兆，万万兆曰京，万万京曰垓，万万垓曰秭，万万秭曰穰，万万穰曰沟，万万沟曰涧，万万涧曰正，万万正曰载。”万亿和万万亿，这中间可差得多了，一个是10的12次方，一个是10的16次方。如果按照计算机中兆字节的说法，“兆”代表百万，与英语mega对应，兆字节MB，不过是10的6次方。汉语中，兆可以表示三个数，分别是10的6次方、12次方和16次方。

还有一个麻烦，英语有“千，thousand”，没有“万”，英语中的万说成“十千”，英语中的“一百万”是million，“十亿”是billion，“万亿”是trillion，这跟西方三位分节是一脉相承的。外国人写数字，三位就隔开，或者用逗号做一个标志，比如写成这样“245,000,000”，我们是以四位分节的，按照万、亿来读。上面括号里的数字，我们读作两亿四千五百万，英语里读成245个million。我们报手机号的时候，怎么报出11位数字呢？是“三,四,四”这样报，还是“四,三,四”这样报？看起来都差不多。“万米跑”和“10公里跑”也不会造成什么理解上的障碍。但有时候出版物会有规范，比如要求你把“公里”写成“千米”，对于小说作者来说，稍稍麻烦点儿，“我开车几十公里”，改成“我开车几十千米”，这就不对了，“几十”这样模糊的数字和“千米”这样精确的单位，搁在一起，语感上非常别扭。

我说这些都是小问题吗？华东师范大学数学系

张奠宙教授，研究领域之一就是数学教育，他在《小学数学教材中的大道理》一书中说，我国现在的小学数学内容及其体系，是辛亥革命之后从西方引进的。目前使用的阿拉伯数字，加减乘除符号，横式、竖式的数学方法，都和国际上使用的一致。西方以“千”为基础读取大数的方法，不可避免地成为我们生活的一部分。但几千年来，汉语都是以“万”为基础读写大数，这也不可能废除。张教授说，西方将大数三位区分，有其道理，“我们的现实空间是三维空间，大数的构成可以用几何直观进行展示。一个小方块（小立方体）被视为1，十个成一条线（长方体），一百就成一个10×□10的面（长方体），一千就构成了10×□10×□10的大立方体。再以一个大方块代表千（k），这就形成一节。然后，一千个千又构成了一个更大的立方体，代表百万（M），形成第二节。如此继续，可以表示任意大的数，k，M，G……就是这样摆出来的。”张教授这种解释，听上去挺有道理，但也只是一种解释。

数学家总要让一切都清晰准确，张奠宙教授讲到负数的时候，非常严谨。他说，小学教材中，让小学生对负数有基本概念，是以温度计来举例说明，反复讨论全国各地零上、零下的气温。引入负数的概念，要明确提出这是“意义相反的量”。我们日常生活中遇到“意义相反的量”，有两种情形，第一类是自然意义的相反，比如家庭收入与支出。第二类是人为规定的相反，某地的最高气温与最低气温，本来没有相反的意义，因为规定了水的冰点为0度，所以才有零上和零下之分。同样，人们规定了海平面的高度为0，所以按照海拔高度有了海平面之上与之下之分。张教授说，要讲负数，一定要先明确0的位置。

数学家克莱因说：“负数是由具体数学向形式数学的第一次转折。完全掌握这种转折中出现的问题，需要有高度的抽象能力。”我们的小学课本是在三年级或四年级才引进“负数”概念的，小孩子可能很小就从生活中感受到了“负数”，比如B1层停车场，B1就是-1，要让孩子在生活中感受到数学，还要让孩子“抽象”出来。张教授说，两杯100毫升的水，一杯2度，一杯3度，加在一起并不是5度，用温度计引入“负数”的概念并不是好方法，“认为数学概念都源于日常生活，甚至要求数学概念的教学，都联系学生的日常生活，那是不切实际的幻想，不足为训”。

好，先聊聊生活。英国有一个记者叫亚历克斯·贝洛斯，大学念的是数学和哲学，毕业后去做记者，派驻在巴西，写了一本书叫《足球：巴西人的生活方式》。这本书的开头从法罗群岛写起，法罗群岛的一个小渔村有一支俱乐部，从巴西引进了三名球员。这三位球员在巴西的低级别联赛中大概每个月只能挣几十英镑，到了法罗群岛，每个月有几百英镑收入。从炎热的巴西到寒冷的北极圈边上的法罗群岛，生活真不容易。贝洛斯由此写巴西每年有数千名球员到海外效力，再写巴西足球的历史。等从巴西回国，贝洛斯贩卖球员T恤，卖热带水果，生意都没做起来，他想起了数学，又写了一本书叫《数学王国的冒险之旅》。在这本书的第0章，他讲了个好故事。

贝洛斯结识了法国的一位叫皮卡的语言学家，过去的十年，皮卡一直研究蒙杜鲁库人Munduruku，蒙杜鲁库是生活在亚马逊丛林中的原住民，大概有7000多人。7000多人，这是研究者得出的数字，在蒙杜鲁库人那里，没这么大的数，他们能从1数到5，超过5以后就是“很多”。如果你问一个蒙杜鲁库人说，你有几个孩子？对方会觉得这个问题太奇怪，他们全部落是一个大家庭，所有人养所有孩子。有些原住民也会葡萄牙语，也能用葡萄牙语数到一千，但你问他，5减去3等于几？他说，不知道。皮卡用拉丁字拼出了蒙杜鲁库人的数词，从1到4，每个词的音节数都等于这个数本身。但到5，就不是五个音节了。皮卡设计了一个试验，简单来说，给你一条线段，给你确定了0的圆点，再给你十个圆点，让你把十个圆点安放在这条线段上，他发现，蒙杜鲁库人不按照数轴方式排列这十个圆点，数字之间的间隔一开始较大，随着数字的增加，间隔逐渐变小，1和2，2和3的标记之间的距离，远大于7和8、8和9之间的距离。“标尺上的数字均匀分布，被称为线性刻度。如果数字越大，彼此间越靠近，这种刻度就被称为对数刻度。”我们先不考虑对数和对数比例这样的概念，先说这么个情况，假如你的年薪是10万，你希望挣百万年薪，10万和100万之间好像差着很远的一段距离，然而苹果公司的库克去年挣1亿1，今年挣1亿2，两者之间的差距好像就没那么大了。可是，10万和100

万之间只隔着90万，而1亿1和1亿2之间差了1000万，可见我们并不总是从线性刻度上去想问题。我们有对数性的直觉，比如我们年龄越大，越觉得时间流逝得太快。

美国一位心理学家给幼儿园的孩子及小学一二年级的孩子做过同样的测试，幼儿园孩子的表现跟蒙杜鲁库人差不多。幼儿园的孩子会以为，5是1的5倍，所以它们之间的距离更远，10是5的两倍，所以它们之间的距离就要靠得更近。但上了小学一二年级，孩子们就能画出数字在数轴上均匀分布的线段了。这也许说明，用精确的数字来理解数量并不是一种普遍的直觉，而是文化的产物。皮卡回到巴黎之后，一直不太习惯说出精确的时间和距离，他认为，近似值和比率之所以会先于确切数字产生，是因为对于野外生存来说，比率比计数能力重要得多。精确的数字能为我们这些受教育的人提供一个线性框架，这个框架与我们的对数性直觉相反。

这是一个挺好的故事，让我们感知到“对数性直觉”。但我还是很好奇，为什么蒙杜鲁库人没能从5数到10呢？几乎所有的数学普及书，都讲人有五个手指，两只手，这就奠定了自然数和十进制，有些地方会有二十进制，那可能是把手指和脚趾都放在一起了。至于十二进制和六十进制，那是摊开左手，弯曲大拇指，以大拇指计剩下四根手指上的十二个指节，计满十二，就用右手手指标记。摊开手掌，我们就会有自然数的概念。为什么蒙杜鲁库人数到5就糊涂了呢？有人类学家说，巴西亚马逊中还有一个原住民部落，只能数到二。这是一种停滞状态，停滞在蒙昧中，不知什么时候才会被推动一把。历史上，一些最基本的数学概念，也要走过很漫长的进程，罗马数字里没有零，也没有位值制，罗马帝国的人算两个两位数相乘就会很麻烦。数的一般性概念困惑了人类两千多年，直到19世纪末，人们才用数轴上的一个点，定义一个数。这个定义略抽象，但更容易让人由自然数理解到分数和小数。

皮卡先生给蒙杜鲁库人所进行的“圆点试验”跨越了两千年，在一条线段上均匀的安放圆点，那就是数轴。加州大学伯克利分校的伍鸿熙教授说，现在我们来考虑一个哲学问题，为什么要把一个像自然数这样自然的东西说成像“数轴上的一个点”这样一个冷冰冰又形式化的东西？此处最重要的事实在于，我们必须把自然数放到一个足够灵活但又足够精确的框架内，使得它同时可以将分数包括在内。这是我们为了更深刻地理解数，所必须付出的代价。更深的理解，不能单靠顺其自然。伍鸿熙教授的意思是，要让小学生理解分数是自然数的扩充，不能用一种办法教他们自然数，再换一种办法教他们分数，这会造成学习上的困惑。

当然，我们都是从自然数开始学的。加拿大的约翰·麦顿教授教五六岁的孩子做加法，也是掰手指头算，跟古巴比伦人差不多。4加3，就是握紧拳头说4，然后从4开始数，每数一个数，就竖起一根手指。英国一位教师改进了麦顿教授的方法，他会大声说出求和的第一个数字，然后假装把这个数字扔给了一个学生，学生用拳头紧紧握住数字，拇指夹在手指下面，重复数字，再继续数数。这让孩子们觉得很好玩。

贝洛斯这本《数学王国的冒险之旅》，有一张插图，讲中国人如何用一只手数到99999。我很想给贝洛斯补充一个事例。有一本书叫《妈妈教的数学》，作者孙路弘，是北师大附属实验中学的数学老师，应该快退休了。他回忆1970年代，孙老师的妈妈负责收电费，列一个表，应收款和实收款两列，收到电费记账，孙老师帮妈妈记账，有时候两边数字差了，如果差的是9的倍数，孙老师的妈妈能迅速判断出来，肯定是有一个数字记颠倒了，38分记成了83分，中间差45，是9的倍数，孙老师惊叹于这种直觉。他背乘法口诀的时候，总记不住九的那一组，他妈妈教他一个秘诀，两只手摊开，十个手指，四九多少？从左到右，数到四，把那个手指放下（是左手无名指），此时，左手无名指左边有三根手指，右边有六根手指（左手小指和右手五个手指），所以四九就是三十六。你自己试着数一下，从一九到九九都能手数出来。孙老师厉害的地方在于，他小学四年级，琢磨出来怎么用手指计算八的乘法口诀。可惜他没在书里透露。■

（参考书：《数学王国的冒险之旅》，中信出版集团，2022年版；《小学数学教材中的大道理》，上海教育出版社，2018年版）

复杂动物的标准脑模型

主笔·袁越

埃隆·马斯克（Elon Musk）创立的脑机接口公司 Neuralink 是媒体的宠儿，他们的每一个微小进步都会被广泛报道，因为大家对于“行为控制”和“意识上传”这类原本仅属于科幻范畴的概念有着强烈的兴趣。2023 年 3 月初，多家媒体爆出了一个令人惊讶的消息，原来美国 FDA 从来没有批准过 Neuralink 提出的任何一项人体实验申请，看来这家公司开发的脑机接口距离实用还远着呢。

FDA 担心的主要是手术的安全性问题，但实际上 Neuralink 在技术上的差距也是非常明显的。从理论上讲，目前最好的脑机接口也只能同时连接 3072 个脑神经元，实在是太少了。要知道，人脑中一共有大约 860 亿个神经元，每个神经元都和另外几十甚至成百上千个神经元通过神经突触发生连接。面对数量如此庞大的脑神经元集群，区区 3000 多个神经元所能提供的信息甚至连管中窥豹都算不上。

事实上，神经网络的复杂性是脑科学研究所面临的最大困难，所以目前的脑神经研究者们只能把大脑当成一个黑匣子，通过核磁共振或者脑电波等低分辨率的研究手段间接地猜测大脑内究竟发生了什么。

要想从根本上解决这个问题，画出大脑的神经连接组（Connectome）是唯一的办法。顾名思义，神经连接组和基因组或者蛋白质组一样，都是通过穷尽法，把大脑内所有神经元的位置和性质，以及每一个神经突触的具体信息都画出来。考虑到神经元的微小体积和神经网络的复杂性，这样的神经连接组是非常难画的。截止到 2022 年底，仅有秀丽隐杆线虫（Caenorhabditis elegans）、杜氏阔沙蚕（Platynereis dumerilii）和玻璃海鞘（Ciona intestinalis）的幼虫这 3 种低等生物的神经连接组被成功地画了出来。

2023 年 3 月 9 日出版的《科学》（*Science*）杂志刊登了一篇重磅论文，来自美国约翰·霍普金斯大学和英国剑桥大学的科学家们通力合作，花了 12 年的时间终于把一只黑腹果蝇（Drosophila melanogaster）幼虫的神经连接组画了出来。这只幼虫刚刚孵化出来 6 个小时，其大脑只有大约一粒小米那么大，便已包含 3016 个神经元，以及 54.8 万个神经突触，其复杂性大大超出了人类想象，需要借助高性能计算机才能把这个连接组完整地画下来。

这是人类画出的第一个复杂动物的脑神经连接组，具有划时代的意义。果蝇行为复杂，其大脑也分为左右两个半球，基本结构已经和人脑相当接近了。更重要的是，果蝇是遗传学的模型动物，其基因组已经被研究得十分透彻。这项最新成果则把果蝇升级为神经科学的模型动物，脑科学家们可以将其视为复杂动物的标准脑，并在此基础上逐一分析每个神经元的作用和功能，为将来有一天彻底打开人脑这个黑匣子做好准备。

虽然这张图才刚刚完成，但科学家们已经通过初步分析得出了一些有趣的结论。比如，果蝇大脑的基本结构是分层的，但也有一部分神经网络在相距较远的层级之间建立了捷径，这一点和目前用于机器学习的计算机网络在结构上是非常相似的，说明人工智能研究者们提出的解决方案和自然进化是殊途同归的。

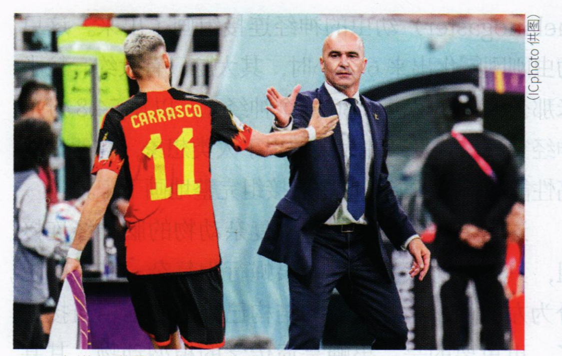
接下来的问题是，我们距离彻底解开人类智慧的秘密还需多长时间呢？答案恐怕并不乐观。要知道，光是小鼠的大脑就要比果蝇的复杂 100 万倍，人脑又要比小鼠大脑复杂成千上万倍，仅凭目前的计算能力是远远不够的，期待意识上传的朋友们恐怕要失望了。



（站酷海洛 供图）

葡萄牙队为什么要找个西班牙人领军?

文 · 张斌



(ICphoto 供图)

2022 卡塔尔世界杯小组赛期间,时任比利时教练马丁内斯（右）在球场上与队员互动

去年冬日，比利时队在卡塔尔终于卸去“黄金一代”的名号，未见悲壮，甚至不需要过度的眼泪，巅峰已过，时运不济，所有人也都认了。败局已定，一向被认定是手握一把好牌而未能成就大业的西班牙人马丁内斯随即获得自由，不完满的大赛征途上，存留下太多的不甘。其实，事关马丁内斯前程的传闻一直不少，需要救火的抑或是亟待补锅的，都会情不自禁地关联起这位在“黄金一代”盛名之下显得局促不安的主帅。

空窗期极短，转过年，出生在加泰罗尼亚的马丁内斯便在伊比利亚半岛上赢得了新工作，一纸合同让他成为葡萄牙队主帅。拜帅初始，并未引起波澜，一个漫长的时间周期刚刚启幕，还远未到用战绩来检验决策的时候。两个月过后，全新的国际比赛日摆在眼前，一个西班牙教练统帅的新版葡萄牙队要亮相了，人们才兴致盎然地开始议论，好端端的葡萄牙国家队，放着一干自家名帅不用，为什么要偏执地将自家未来的足球荣耀交付一个并未被完全验证是超级名帅的邻国教练?

热心于这个问题的朋友盼着答案，因为实在想不通啊，葡萄牙名帅如云，过往 14 个月，成绩斐然。穆里尼奥刚刚成为新世纪唯一集齐欧洲三大杯的主帅；在亚洲耕耘的雅尔丁率领沙特利雅得新月队拿下亚冠冠军；在南美发展的阿贝尔 · 费雷拉则引领帕尔梅拉斯队蝉联南美解放者杯。非洲国家杯亚军埃及队去年开始也是由葡萄牙知名教练维托里亚执教，被马丁内斯取代的 68 岁名帅桑托斯在给继任者留下一座极难翻越的荣誉巅峰之后，老当益壮接下了波兰队帅印。也许是合同受限，也许是众人心愿不足，总之葡萄牙足球行至 2023 年终于上演了不甚好看的一幕，迎来了史上第一位不讲葡语的国家队主帅。即便马丁内斯很是努力，即便是来自邻国，但是他近来接受采访时刻意秀出的几个葡语单词还是让葡萄牙球迷们略感不适。

葡萄牙足协教练员委员会主席约瑟 · 佩雷拉在回应球迷时说道:“我们也希望可以聘请到一位葡萄牙教练来统领国家队。”此话不仅是姿态，而且暗含着不少的“但是”。卡塔尔世界杯，葡萄牙败走，C 罗与桑托斯不睦公开化，葡萄牙足协自然开始着手找寻新帅，穆里尼奥随即接到主席的电话。但是，在罗马队苦撑大局的穆里尼奥面对国家召唤显得万分无奈，合同在身，只能以国家队主帅最佳人选的名分为葡萄牙鼓与呼了。其他几位纸面上的上佳人选也都困在合同之中，冬天里动弹不得，选来选去，刚刚辞别旧合同的马丁内斯以自由之身赢得了快速上岗的绝好机会。

葡萄牙足协虽然对穆里尼奥百般推崇，但是在选帅条件中列在第一条的便是要求候选人拥有执教国家队的丰富经验，毕竟俱乐部和国家队的帅位差异不小，这世上自如切换如鱼得水者还是太少了。马丁内斯 21 岁辞别西班牙外出打拼以来，除了在英伦的维冈竞技队有过出色执教履历之外，最耀眼的便是率领比利时队拼下的那个俄罗斯世界杯第三名，仅此一项便在葡萄牙足球的评价体系中格外加分。命中注定，马丁内斯也许一生绝大部分时间都会驻足国家队了。

如果说在俄罗斯赢得漂亮，让马丁内斯加分不少，那么此番在卡塔尔败得干脆，则让他在去年 12 月即获自由之身，快速转换门庭，手忙脚乱的葡萄牙足协总算搞定了一位名帅，说不说葡语，根本顾不上了。虽然葡语糟糕，但这并不影响马丁内斯与在沙特踢球的 C 罗交流，他几乎也没有什么选择，只能向 38 岁的传奇发出征召令，这一周第 197 场代表国家队出场已成定局，200 场的个人纪录在明年欧洲杯前即可实现。马丁内斯与葡萄牙足协的合同签至 2026 年世界杯结束，那一年 C 罗即将 41 岁，不知命运的剧本是否已经写好了。

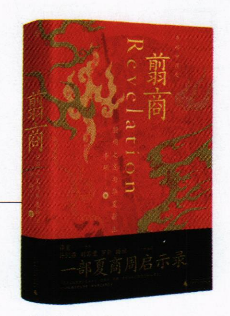




商翦而华夏兴

文 · 叶盛

祀与戎之间的关系，正是《翦商》在探讨的，也是阅读这本书让我思考的问题。



《翦商》，作者李硕

小时候第一本我从头到尾看完的书是《战国故事》，里面的很多故事中都有一个智者，向一位君王讲述一个故事，从而说明一个道理，而这位君王也很通情达理，能够听从智者的劝谏。相信很多人对于春秋战国时期的历史，都会有与我类似的感受：那是一个遵循礼义的世界，就连打仗也要讲理、讲德，不可半渡而击。不懂礼的王，要么是蛮夷，要么是暴君——就像始皇嬴政，建立了大秦帝国仍要被世人唾骂，短短二世便被终结。

华夏文明，礼仪之邦。我们似乎天生就与世界上的其他文明有着本质上的不同。然而，事实果真如此吗？《翦商》为我们揭开了一段华夏旧文明的历史，在那个“礼”字当先的春秋出现之前的历史，一段曾经被历史刻意遗忘的历史。虽然这些历史并不是什么新鲜出炉的研究成果，但是如此密集、如此连贯、如此缜密地呈现，仍然是撼人心魄的，甚至令一些人难以接受。

从更宏大的人类历史的角度来讲，所有文明都是从野蛮中成长起来的，华夏文明亦不能例外。如果说有什么特质是人类自从诞生以来就一直没有改变过的，那便是同类之间的杀戮。无论是非洲东部稀树草原上的人类共同祖先之间，还是先后走出非洲形成的不同人属物种之间，抑或是新大陆上新旧文明的碰撞、在热核反应中结束的世界大战，以及至今日仍在响彻的枪声，无不赤裸裸地宣扬着我们同类相残的本性。

然而还有一种将人类区别于其他所有地球生命的特质，那就是同类之间有意识、有组织的合作。人类凭借瘦小的身躯和简陋的武器就能将巨型陆生动物赶尽杀绝，靠的正是合作。人类的语言是为了更高效的沟通与合作；人类在孩童时代就明白用手指指向某物的动作含义，是为了在悄无声息间完成合作；人类创造了地球上此前从未有过的音乐与舞蹈，在“嗨”的过程中达到精神与意志的同步，从而更好地合作；人类还创造了宗教，并在杀戮纷争的时代发现宗教可以用于团结人群，促进不同背景的人们无条件地合作。

人祭正是在同类杀戮与同类合作这两种看似矛盾的背景下产生的统一性。《翦商》从早在夏商之前就已经出现在华夏大地上的原始文明讲起。它们如同地球上任何其他的原始文明一样，会杀死战俘，以战之名献祭。在南美的亚马孙雨林中，以及在赤道几内亚等隔绝封闭的岛屿上，由于缺少大型陆生动物来提供足够的蛋白质，所以部落文明一直将杀死并吃掉战俘的习俗保留到了现代。

然而对于我们的先祖而言，杀俘不是为了解口腹之欲。杀俘是战斗动作的惯性延续，是对仇恨的消解，也是对仇恨的张扬。同时，杀俘又是为了团结族人，同仇敌忾，为即将开始的新战斗做好准备。

当部落联合为国家，杀俘依旧，同时又出现了人祭。特别是到商朝兴盛以后，人祭之风也达到了疯狂的巅峰。国家要以人祭天地、祭鬼神；王侯公卿要以人祭祖先、祭高堂；就连各行各业也要以人祭祀，保佑技术上不可控环节的稳定产出。干将、莫邪投身熔炉，显然不仅仅只是大胆的想象，倒更像是日常标准流程的艺术化。

商代的人祭，其实在当时的背景来看，是对生产力的极大浪费。《翦商》也提到，人祭是通过牺牲

现实利益，来换取王权与神权的合一与稳固。但是，商朝当时的青铜器冶金术与其他领域各种生产技术都处在相当高的水平，商人无论在农业上，还是在战场上，都能“以一当十”，这或许才令他们有了条件，去选择血腥的人祭来巩固王权。事实上，人祭虽然自夏至商初都存在，但直到商中期才变得越来越普遍，似乎也与商朝的国力日渐强大有一定的关系。

《翦商》详细梳理了周朝的兴起，以及其伐纣翦商的历史进程，并举证了人祭制度在周朝的彻底消失。至于其中的原因，《翦商》归结为一个人的恐惧，那就是周武王死后实际执掌大权的周公旦对于人祭的心理阴影。

周公作为周文王的儿子，跟周文王一起在商纣王的逼迫下吃了伯邑考的肉（也有史料称纣王骗他们吃了用伯邑考的肉烹制出来的食物，《翦商》更倾向于前一种记述）。那么，文王吃下的是自己的长子，而对于周公来说，他吃下的则是与自己从小一起长大、朝夕与共的兄长。周公掌权后，大力推行祭祀制度的改革，从国家层面到百姓层面，全面禁绝人祭。为了不让后人有机会重拾这种野蛮的制度，周公还要把它从历史中消灭掉。他清除了关于商朝人祭的文字资料，并且在自己朝代的文字记述中也避免直接提及“人祭”，导致很多涉及于此的文字读起来隐晦难解。《翦商》认为，之所以周公有如此大的动力做这件事，就是因为他曾经吃掉自己的兄长，留下了严重的心理创伤。

关于这一点，我不敢苟同。历史上的任何人，其作用或许看起来伟大，不可替代，但其实可能只是在正确的时间出现在了正确的地点，并做出了正确的决定。因为历史不能重来，所以我们无法看到其他的可能性。但如果回到生产力的角度上来看，一个人所做出的决定顺应了历史的需要，就会取得成功；如果悖逆了历史的需要，则很可能失败，然后再换一个人来当“伟人”，做出正确的决定。

周公或许的确由于严重的心理阴影而取消了人祭制度，但是从他所做的很多其他决定来看，他一定还有某个更为理性的驱动力，而这个驱动力又恰好与生产力的需求是相一致的。

顺着《翦商》对周朝初期历史的梳理来看，这个新兴的王朝面临的可谓是内忧外患的境地。在内，商朝几百年的遗留不可能一朝间清理干净，不断有商人遗民造反叛乱，威胁着新政权；在外，戎人等蛮族已经掌握了马车等新技术，不断骚扰着周朝的边境。更加之随着版图的扩大，越来越多的部族、民族被融入了周人的大家庭，如何稳定这些异族，在最广泛的范围内实现最大程度的合作，这些都是摆在周公等西周初期统治者面前的难题。很显然，在这样困难的局面下，人祭已经很难达成团结人民的作用了，甚至会起到反作用。

周公显然是一位具有极高政治智慧的统治者。他对人祭制度的彻底埋葬，让广泛的民族融合成为可能，更让连年征战中的国家有了足够的生产力，可以满足粮食需求，更能够支撑大型军事行动的巨大消耗。

周朝初期另外一项重要的政治措施就是大举分封诸侯，“封建”便由此而来，建立了层级式的国家体系。然而这一点同样又是生产力驱使的结果。由于远距离沟通的成本太高、效益太低，最好的管理策略肯定是分而治之，而非中央集权。巨型恐龙在脊椎上进化出来的类似脑的神经节，正是这种难于集中管理的结果，进化的选择与人类的选择殊途同归。

分封诸侯的结局大家都知道了，周朝进入了春秋战国的乱世，直至汉朝才最终结束了诸侯手中掌握政权、军权、财权的混乱局面。但是，也正是因为这样的连年战乱，才让诸侯们更加珍惜手中的生产力，让人祭这种制度在诸侯这个层面上也没有了重生的土壤。至此，商朝不仅在实体上灭亡，更在精神上完成了灭亡。随之而起的，是以礼义道德服人的华夏新文明。

“国之大事，在祀与戎。”当今世界，无论是用猪牛羊，还是用青铜器乃至人牲，“祀”都已经不再能带给一个国家力量了。但是，“戎”仍是国之要事。从某种意义上来讲，人类的野蛮并未褪去，而只不过是开启了“美颜”。

祀与戎之间的关系，正是《翦商》在探讨的，也是阅读这本书让我思考的问题。无疑，阅读《翦商》是一趟神奇的旅程，有震撼，有趣味，令人不能释卷。它的可读性构成了一次对作者观念的成功“推销”。当然，你可以不认同其中的某些论断，但你恐怕无法拒绝如此饶有意趣的阅读，以及它带给我们的没有答案的思考。

大家都有病



朱德庸

有些红酒需要醒酒一小时时间。

有些红酒需要醒酒两小时时间。

有些红酒需要醒酒三小时时间。

被酒钱吓昏的客人不知需要醒多长时间？

醒醒呀！你醒醒呀……

看不懂用法文写的酒单……

看不懂用英文写的菜单……

看不懂用意大利文写的甜品单……

却用中文写得清清楚楚明明白白的账单……

《人道宰牛》

高压气枪……

《人道宰猪》

电击……

《人道宰鸡》

气体窒昏……

为什么对顾客没有人道宰人？

可以有折扣吗？

NO

网络看到的美食。

实际看到的美食。

网络看到的大厨。

亲切问候

LOVE YOU

实际看到的大厨。

别找碴。

为什么每次我都忍不住朝做好的菜吐口水。

然后看着客人毫不知情地吃下去，我偷着乐。

我到底有什么毛病？

先别管你有什么毛病，你快说你在哪家餐馆上班？

发量暴增的秘诀

文 · 麦香鸡块　图 · 陈曦



几年前，我和同事出差，洗完头坐在酒店房间里的床上吹头发，同事在旁经过，她瞥了我一眼，说了句令我心惊肉跳的话："你不会快秃了吧！"我赶紧把吹风机扔下，又把手机举过头顶自拍，发现潮湿细软的头发紧紧地趴在头皮上，露出了略显宽大的发缝，白晃晃的颜色有点刺眼。

我从小发量就不多，又细又软。每次去剪头发时，理发小哥都会建议"垫个发根，让两侧头发鼓起来，头型会变得饱满，视觉上发量更多"。我常年保持"波波头"的发型，对外宣称"短发干净利落、方便打理"，但真实原因是洗完澡收拾浴室时，都要对着大团脱发而黯然神伤。

同事说完那句话，很快就去睡觉了，此后再也没提及过。然而，她那句"快秃了"的评价不断萦绕在头脑中，别人若与我对视超过三秒，我就会反复抚摸发梢来确认头部状态。发量稀薄加剧了中年危机的惶恐，当青春不再，发丝也如流沙般掌控不住。

为防止"发缝"持续扩大，我会不停地改变分头发的方式，中分变成"三七分"或"四六分"。我在油腻的头发上喷免洗发喷雾，刻意抓乱增加发丝的蓬松感，还会用黑色夹子固定在头发内侧，使较尖的头顶变得圆润。如果追求持久的效果，我就用烫发板把两侧头发卷成"玉米须"波纹，营造"高颅顶"的感觉。我一样不落地给头皮做按摩、涂精油，使用防脱发功能的洗发水，但秀发依然虚弱无力。

不久前，我在朋友圈里刷到大学学长跑马拉松时的照片，大为震撼。过去，他几乎有"地中海"危机，如今头发乌黑浓密，判若两人。犹豫几次后，我鼓足勇气，委婉地向他询问改变巨大的原因，他爽快地发来一个位置链接，点开一看，原来是一家假发店，这仿佛给想要作弊的人提供了小抄。

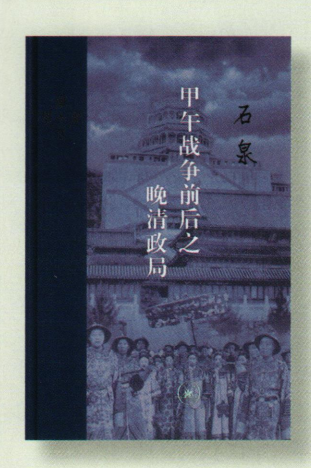
抱着试试不亏的心态，我走进了那家店，内心却紧绷得像拉直的琴弦，生怕遇见熟人。导购员热情地过来询问："你是要长发还是短发？是刘海片或整头套？是人造纤维还是真发丝？"我最终选择了一个与原发型相似的发套。佩戴好后，店员根据我的脸型与需求，对假发进行修剪并吹风定型。

我感觉自己整体形象差别不大，但发量明显增加，头发如麻线般厚重而密集。店员称赞道："这样特别显年轻。"我却惶恐地反复询问："会不会被人一眼看出是假发？"我心虚地向四周打量，其他顾客都在认真挑选商品，丝毫没有向我投来好奇的目光。

第二天，我戴着"新头发"去上班，像往常一样和同事们讨论项目，但竟无人发现我的与众不同。吃午餐时，我按捺不住，问要好的同事："你觉得我有什么变化？"她上下扫视了我一遍，斩钉截铁地说："换口红色号了吧！"见我摇头，她迟疑地说："是不是换新眼镜了？"唯一有差异的地方是，人脸识别打卡机似乎多花了几秒钟来匹配我原来的相片。

由于头套闷热，老让我有种顶着巨型"香菇"的错觉，坚持几天后，我默默地摘掉了假发，然而办公室依旧无人问津，我越发确认一个事实："这些人根本不值得我花钱去买假发。"保持发量蓬松的最佳秘方，或许是无需在意他人的看法。

本栏目投稿邮箱为：yourproblem@lifeweek.com.cn

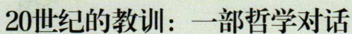


甲午战争前后之晚清政局

石泉 著　定价: 89.00元

脱胎自石泉教授受业于陈寅恪先生时撰写的硕士论文，通过对甲午战争前后中国内部政治情势演变的考察，阐明甲午战争实为中国近代史上的重要转折点，以求与远东国际局势的演变相表里。作者辛勤探索之所得，经受了时间的考验，为我们了解民国学人如何看待晚清提供了一个极好的例证。





20世纪的教训：一部哲学对话

[德] 伽达默尔 [意] 里卡尔多・多托利 著　王志宏 译　定价：69.00元

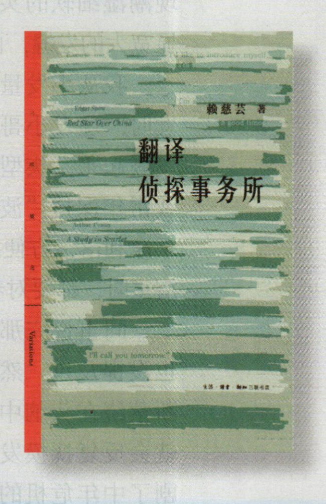
20 世纪最著名的西方哲学家及解释学奠基人之一伽达默尔，在年近期颐时与意大利哲学家多托利展开了一场颇具丰富意涵和哲学意味的对话，，回顾了他全部哲学思想重要方面的发展历程。

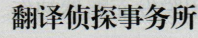


也曾隔窗窥新月

刘心武 著　定价 65.00元

刘心武关于当代文人群像的一次集中书写。他以亲身经历讲述了时代激荡与文坛变迁中 55 位文坛名宿的沉浮故事，刻画出这些温润智者历经岁月尘烟与人生风雨之后素心不移、凝视新月的境界。

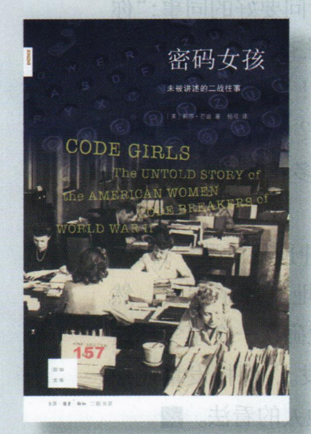




翻译侦探事务所

赖慈芸 著　定价：45.00元

还原名著翻译的前世今生，考索译人的生涯往事，回望共同的翻译记忆。幽默风趣的文字呈现严峻荒诞的史实，搭配上下求索得来的珍贵图片、经年爬梳的详尽图表，拼凑出大时代下的翻译史拼图。

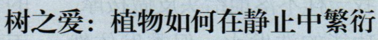


密码女孩：未被讲述的二战往事

[美] 莉莎・芒迪 著　杨可 译　定价：59.00元

揭露了二战最后的秘密，一群年轻的美国女性通过破译德军和日军密码让战争早日结束、拯救千万人性命。同时，本书也是一部基于扎实研究的社会史，以富有冲击力的人物故事展现了女性争取权力的历史。





树之爱：植物如何在静止中繁衍

[法] 弗朗西斯・哈勒 斯蒂芬・海特 弗雷德里克・安杜 著
米宁 译　定价：79.00元

一部关于植物的繁衍生息的科普书。树的繁殖延续及其性的存在与否，一直是植物学家关注研究的焦点。本书探索了树木之间优雅又多样的"性爱"关系，科学解释中穿插了趣闻轶事，辅以精致图片，让人在宁静中体味树的百态。

